

الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وتأثيرها في المعرفة البتيرية النظرية والتطبيق

تأليف / محمود طارق هارون
مدرس مساعد - كلية الآداب
جامعة عين شمس



الشبكات الاجتماعية على الإنترنت
وتأثيرها في المعرفة البشرية

الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وتأثيرها فى المعرفة البشرية النظرية والتطبيق

الطبعة الأولى 2017

جميع الحقوق محفوظة للناشر

تأليف : محمود طارق هارون

رقم الإيداع : 2136

ISBN : 978-977-358-361-1

الناشر

دار الفجر للنشر والتوزيع

4 شارع هاشم الأستمر - النهضة الجديدة

القاهرة - مصر

تليفون: 26242520 - 26246252 (00202)

فاكس: 26246265 (00202)

Email: info@daralfajr.com

جميع الحقوق محفوظة للناشر ولا يجوز نشر أي جزء من هذا الكتاب أو اختزان
مادته بطريقة الاسترجاع أو نقله على أي نحو أو بأية طريقة سواء كانت
إلكترونية أو ميكانيكية أو خلاف ذلك إلا بموافقة الناشر على هذا كتابة
ومقدما.

الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وتأثيرها في المعرفة البشرية

النظرية والتطبيق

تأليف

محمود طارق هارون

مدرس مساعد - كلية الآداب

جامعة عين شمس

دار الفجر للنشر والتوزيع

2017

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ
كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا {36/17})

[الإسراء : 36]

الاهداء

إلى رفيقة دربي وشريكة حياتي ... زوجتي الغالية

إلى ابني الغالي قرّة عيني ... " يونس "

قائمة المحتويات

الصفحات	الموضوع
13	المقدمة
17	الفصل الأول : الشبكات الاجتماعية وجذورها التاريخية نظرة عامة
17	0/1 تمهيد
17	1/1 كرونولوجيا الشبكات الاجتماعية
22	1/1/1 نظرية الجسور السبع لكونيغسبرج
25	1/1/2 نظرية الانفصال ذي الدرجات الست
26	3/1/1 محاولات كل من كوشين وآيثيل دي سولا
27	4/1/1 الشبكات المعقدة
30	5/1/1 ظاهرة العالم الصغير
34	6/1/1 نظرية قوة الروابط الضعيفة
36	7/1/1 رقم دنبار
38	مصادر الفصل الاول
41	الفصل الثاني : الشبكات الاجتماعية المتاحة على العنكبوتية نشأتها وتطورها
41	0/2 تمهيد
41	1/2 تطور تقنيات التواصل بين الأفراد
45	2/2 تعريف الشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت
49	3/2 مواقع المشاركة المجتمعية (1995 - 1996)
51	4/2 الشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت:

55	1/4/2 مواقع الشبكات الاجتماعية الأجنبية
71	2/4/2 الشبكات الاجتماعية العربية
80	مصادر الفصل الثاني
87	الفصل الثالث : فئات وخصائص الشبكات الاجتماعية المتاحة على العنكبوتية
87	0/3 تمهيد
87	1/3 فئات الشبكات الاجتماعية
88	أولاً : تقسيم كازينكو وموسيال
89	ثانياً : تقسيم شركتي كليكس ولينكس لخدمات تكنولوجيا المعلومات
94	ثالثاً : تقسيم فيكي بروك
95	رابعاً : تقسيم جورج باليس وآخرون
98	2/3 خصائص مواقع الشبكات الاجتماعية
103	3/3 معمارية الشبكات الاجتماعية على الإنترنت
109	مصادر الفصل الثالث
111	الفصل الرابع: المعايير العالمية لتقييم مواقع الشبكات الاجتماعية على العنكبوتية
111	0/4 تمهيد
114	1/4 أبرز المعايير العالمية لتقييم مواقع الشبكات الاجتماعية على العنكبوتية
115	أولاً : تقييم تشايلندنت الدولية
122	ثانياً : تقييم شركة نتورك ميديا تيتش

124	ثالثاً : تقييم جينيفر بريجر
128	2/4 أساليب التقييم
128	أولاً : اختبارات القدرة على الوصول إلى مواقع الويب
130	ثانياً : اختبارات القدرة على الاستخدام
132	ثالثاً : التقييم الموجه
133	رابعاً : تحليل ملفات الولوج (العدادات)
136	خامساً : احصاء الروابط والوصلات
136	مصادر الفصل الرابع
141	الفصل الخامس : تقييم وتحليل أشهر الشبكات الاجتماعية المتاحة على
	العنكبوتية
141	0/5 تمهيد
141	1/5 مواقع التقييم
156	2/5 عناصر التقييم
177	مصادر الفصل الخامس
179	الفصل السادس : استثمار تقنيات الشبكات الاجتماعية في المعرفة البشرية
179	0/6 تمهيد
180	1/6 الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في مجالات المعرفة البشرية
180	أولاً : الشبكات الاجتماعية ومجال التعليم
186	ثانياً : الشبكات الاجتماعية وتنمية الوعي السياسى والاجتماعي
188	ثالثاً : التواجد الاعلاني لشركات السياحة على شبكات

التواصل الاجتماعي

191	رابعاً : الشبكات الاجتماعية والتسويق
194	خامساً : الشبكات الاجتماعية والاعلام الجديد
196	سادساً : الشبكات الاجتماعية ومجال المكتبات والمعلومات
239	مصادر الفصل السادس
243	قائمة المراجع العربية والاجنبية
253	ملحق رقم(1)

مقدمة

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين، سيدنا محمد وعلى آله وصحبه، وبعد ... لقد كان التزايد المستمر والمحلوظ لظاهرة جديدة تعرف بمواقع الشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت Online Social Networks Sites سبباً وراء ظهور الاهتمامات البحثية المرتبطة بكل من: الدراسات والبحوث التى تُعنى بكيفية التواصل الاجتماعي بين الأفراد والهيئات والمنظمات في سياق البيئة الإلكترونية من جهة، والتعرف على الخدمات التى تقدمها الشبكات الاجتماعية من جهة أخرى، فضلاً عن تحليل الروابط الفائقة بين تلك المواقع ببعضها البعض (Ellison، D. M.، Boyd، N. B . 2007). هذا وقد بدأت مواقع الشبكات الاجتماعية بالظهور على استحياء في منتصف التسعينيات من القرن الماضى تحديداً في عام 1995^{*} فكانت فكرتها بسيطة للغاية، حيث يقوم المشترك بإضافة الملف الشخصي الخاص به وصوره له لكي يتمكن أعضاء الموقع من التعرف عليه، وبعض المعلومات الشخصية عنه، وملفات الفيديو الخاصة به ... إلخ، ويساهم هذا النوع من المواقع بصنع طريقة إتصال سهلة وسريعة بين مستخدمي البريد الإلكتروني، ولكن في ذلك الوقت كانت أغلب تلك المواقع تجارية وتقدم

^{*} ظهرت مواقع الشبكات الاجتماعية عام 1995، لكنها لم تنشط وتنتشر إلا في عام 2003 بظهور ما يعرف بالموجة الثانية من الشبكات الاجتماعية مثل موقعى Myspace.com، Facebook.com وهما ما يمثلان التطور الحقيقي للشبكات الاجتماعية.

خدماتها بمقابل مادي، مثل موقع ماتش Match.com وقد يتضح تأثير أنماط التفاعل الاجتماعي بين البشر عبر مواقع الشبكات الاجتماعية من خلال حجم المشتركين فيها، فهي تضم مئات الملايين من المستخدمين للتفاعلات الاجتماعية عبر العالم، ومنها عشرات الملايين من الشباب العربي (Vazire, Goslign S & Augustine A ، 2011) وقد قامت مؤسسة We Are Social بإصدار تقرير يسلط الضوء على حالة استخدام وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي مع تقديمها لأرقام وبيانات خاصة بعام 2013 حيث أشار إلى أن منصات الشبكات الاجتماعية تواصل تحقيق معدلات نمو متزايدة من حيث نسبة الاستخدام، حيث تمكنت أعلى تلك الشبكات من إضافة أكثر من 135 مليون مستخدم جديد خلال عام 2013. كما يظهر التقرير أيضاً أن المناطق التي تستحوذ على أكبر نسبة من مستخدمي الإنترنت هي نفسها التي تمتلك أعلى نسب انتشار لمستخدمي الشبكات الاجتماعية النشطين، حيث تحتل منطقة الشرق الأوسط المركز التاسع بنسبة 24%^(*) وتتأق أهمية الكتاب من عدة إعتبرات من بينها :

أ- قلة الدراسات المتعلقة بتتبع الجذور التاريخية للشبكات الاجتماعية بشكل عام ومواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت بشكل خاص.

ب- ندرة الدراسات العربية المتعلقة بآليات تقييم شبكات التواصل الاجتماعي.

ج- تعد الشبكات الاجتماعية إحدى الطرق الحديثة والمتطورة والتي تُسهم في إعلاء قيم المعرفة والنقد والمراجعة وحوار الذات، وهي القيم التي ينطلق منها أى مشروع تنموى ثقافي.

(*) We are social (2014). Global Digital Statistics. Retrieved From :

<http://www.etonpreneurs.com/uploads/Global.pdf>

ونظراً لما تتمتع به مواقع الشبكات الاجتماعية من أهمية في جميع مناسط الحياة الاجتماعية، والإعلامية، والسياسية خاصة مع قيام الثورات العربية في الربع الأول من عام 2011، وبروز دورها كمصدر من مصادر المعلومات، حيث تركز تلك المواقع على نوعية من المحتوى يطرحه فكر المستخدم User Generated Content، مما يتيح له أن يظهر كيانه وهويته وأن يلتقى ويتفاعل مع أفكار ورؤى الآخرين (مراد، ماجدة 2012). ونظراً لتواجد مواقع الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية، ولقدرتها على النفاذ إلى الأفراد والجماعات بسرعة ويسر، ولإتاحتها مصادر المعلومات والمعرفة بأساليب مختلفة غير تقليدية، وقدرتها على تحقيق التفاعل والاندماج في إطار من الألفة والصدقة، فيأتي دور هذا الكتاب في محاولة متواضعة لرسم صورة واضحة للشبكات الاجتماعية على العنكبوتية من خلال : التعرف على أهداف مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، ومسارات تطورها، ومكوناتها الأساسية، وخدماتها، وتقنيات الاتصال بها وأثرها في تشكيل الوعي الثقافي والمعرفي وتوجيه أنماط التفكير، فضلاً عن التعرف على المعايير العالمية الخاصة بتقييم وتحليل مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وأبرز فئاتها ...إلخ. ويضم وهذا الكتاب بين طياته مقدمة وستة فصول يتناول **الفصل الاول: الشبكات الاجتماعية وجذورها التاريخية:** **نظرة عامة** حيث يستعرض كرونولوجيا الشبكات الاجتماعية، نظرية الجسور السبع لكونيغسبرج، نظرية الانفصال ذي الدرجات الست، محاولات كل من كوشين Kochen وآيثيل دي سولا، الشبكات المعقدة، ظاهرة العالم الصغير، نظرية قوة الروابط الضعيفة. **الفصل الثاني: الشبكات الاجتماعية المتاحة على العنكبوتية :** نشأتها وتطورها حيث يناقش هذا الفصل تطور تقنيات التواصل

مستقرة، ولا متوازنة عندما تمتلئ الحياة الاجتماعية بالعديد من المحتوى الإعلامي على كل المستويات بسبب ضغوط معينة (مكانية: حدود إقليم بث معين، زمانية: دورة حدث معين مثل أزمة سياسية عالمية) هناك حدود حتى لاستخدام المعنى الأكثر دقة لمصطلح "الفوق مشبع" لالتقاط كثافة وسائل الإعلام في المجتمعات المعاصرة : تقوم الحياة الاجتماعية على أساس التفسيرات، لكن السائل لا "يفسر" فقايق الغاز المدخلة فيه! لكن على الأقل يسمح لنا تشبيه (الفوق مشبع) بتقدير تحول المراحل في الحياة الاجتماعية عندما يبلغ التشبع بوسائل الإعلام نقطة معينة : التغيرات في احتمالات التنظيم خلال العالم الاجتماعي. في هذه النقطة ، يصبح من الواضح أننا في حاجة إلى الاتصال بالنظرية الاجتماعية.

نحو نظرية إعلامية موجهة اجتماعياً:

أود في هذا الكتاب تطوير بعض الأدوات المفاهيمية متوسطة المدى لفهم الاختلاف الذي تصنعه وسائل الإعلام في حياتنا: أنه عمل نظرية إعلامية. لكن أي نوع من النظريات الإعلامية؟

ليس ممكناً وجود نظرية إعلامية "نقية"، طالما أن وسائل الإعلام دائماً جزء، وتتضمن تاريخياً وسائل توصيل المعلومات والمعنى. حتى أكثر نظريات الاتصال تجريداً، مثل نظرية شانون **Shannon**، و ويفر **Weaver** "نظرية رياضية للاتصال" لا يمكن أن تظهر إلا كإكسز في السياق التاريخي الخاص، في عصر الكمبيوتر والإنترنت عندما أُخترت الشفرات لتحويل المعلومات المعقدة إلى أشكال شائعة بسيطة. ما أسميه - للتسهيل- نظرية إعلامية تنطوي على خيارات معينة حول البيانات التي تعتمد عليها وأنواع التحليلات التي تفضلها. دعني أشرح.

للتبسيط، قد نفكر في دراسات وسائل الإعلام كهرم له أربع قمم. يمكننا رفع الهرم في الاتجاهات الأربعة بنوع الدراسات التي نريد منحها الأولوية في الأعلى، بينما تشكل الموضوعات الأخرى قاعدة الهرم. لا توجد طريقة "صحيحة" أو "فضلى" لرفع

الفصل الأول

الشبكات الاجتماعية وجذورها التاريخية : نظرة عامة

0/1 تمهيد

يهتم هذا الفصل بإلقاء الضوء على طبيعة الشبكات الاجتماعية Social Networks من الناحية التاريخية، التعريفية، وفكرتها ؛ موضحًا النظريات المختلفة ذات الصلة.

1/1 كرونولوجيا* الشبكات الاجتماعية :

يرجع الفضل لعالم الأنثروبولوجيا الشهير ج.آ. بارنز J. A. Barnes. في صك ذلك المصطلح عام 1954 حيث عَرَفَ الشبكات الاجتماعية بأنها "مجموعة الوحدات Nodes التي تربط البنية الاجتماعية من أفراد ومنظمات في نسيج واحد متكامل، تعكس خلالها كل من العلاقات وتدفقاتها في الأوساط

* ترجع الجذور اللغوية للكلمة إلى اليونانية (χρόνος) وكان المقصود بها قديمًا (علم الزمن) أما في وقتنا الحالي فعرفت بعلم تحديد الأحداث حسب الفترة الزمانية أو بمعنى أدق التطور التاريخي للأحداث أو الظواهر.

ربما أكثر أشكال نظريات الإعلام المحتفل بها مؤخراً "نظرية الوسيلة" والتي كان من أشهر مؤيديها المنظر الكندي مارشال ماكلوهان **McLuhan** ، وهارولد إنيس **Harold Innis** ، والمنظر الألماني فريدريش كتلر **Friedrich Kittler** الذي توفي في أكتوبر 2011. كما أضاف كتلر بعض التصورات الذكية إلى ما الذي تفعله وسائل الإعلام، وخاصة كيف ظهرت تكنيكات واختراعات معينة "كوسائل إعلام"، وبالتالي كيف امتدت وسائل الإعلام، وبالطبع منحت شكلاً جديداً لحواسنا وقدراتنا الإدراكية. بعض تصورات كتلر لها تطبيقات في سوسيولوجيا وسائل الإعلام، لكن اهتمام كتلر الحقيقي كان فهم المساهمة "التقنية" المميزة المصنوعة لأجل قدراتنا الممتدة بواسطة كل وسيلة إعلام عند نقطة ظهورها. هذا فقط يفسر كيف استطاع تخصيص بعض الصفحات القليلة في نهاية كتابه "وسائل الإعلام المرئية" للكمبيوتر الذي في انتصاره "تصفية لخيال ما قبل الإعلام، وأكمل تاريخه لوسائل الإعلام كامتداد للحواس الإنسانية. هذا يركز على "الخواص" التقنية لكل وسيلة إعلامية كما يذكر كتلر بنفسه "لننسى البشر، واللغة، والشعور"، ولنتجنب "المدخل إلى وسائل الإعلام القائم على المحتوى النافذة"، أو دراسة "الأفلام والبرامج التليفزيونية الشعبية". أنه حتى تجنب علم الاجتماع نفسه، طالما أن كتلر لم يظهر أي اهتمام بكيف طرحت وسائل الإعلام مثل الكمبيوتر للاستخدام: يقدّم كما يذكر جون دورهايم بطرس **Peters John Durham** "دراسات وسائل الإعلام بدون ناس" نظرية وسائل/وسيلة الإعلام ابتعدت بخلفيتها عن علم الاجتماع.

على النقيض من كتلر، أقدم في هذا الكتاب نظرية إعلامية متجهة نحو علم الاجتماع والنظرية الاجتماعية. هذه الاحتمالية الرابعة للنظرية الإعلامية تؤسس لكيف طرحت وسائل الإعلام للاستخدام، والمساعدة في تشكيل الحياة الاجتماعية، وكيف تُداولت المعاني من خلال وسائل إعلام لها آثار اجتماعية.

يفتقر هذا النوع من النظرية الإعلامية إلى وجود اسم جاهز له، لذا دعوني اسميه، اسممرك قليلاً، نظرية إعلامية موجهة اجتماعياً: وهي نظرية تركز على

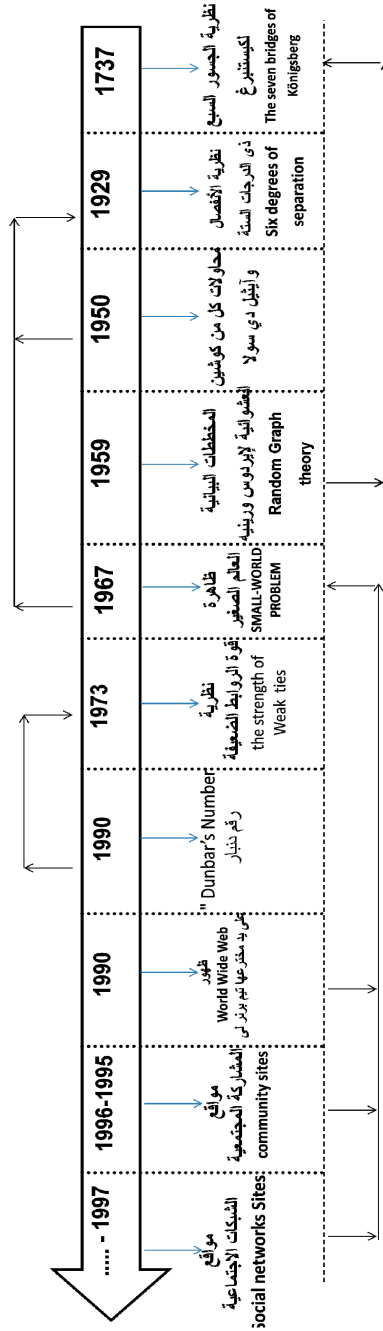
العمليات الاجتماعية التي تؤسسها وسائل الإعلام وتجعلها ممكنة. وارتباطاتها المنضبطة مع علم الاجتماع في المقام الأول ، وليس الأدب، أو الاقتصاد، أو تاريخ التكنولوجيا و الاتصال المرئي .

أصبحت وسائل الإعلام الجديدة، مثل سابقتها التقليدية من قبل، محتويات عادية من الحياة اليومية، وتشكل جزءاً بديهي من بنيتنا الأساسية التي تجعل فهم تأثيرات وسائل الإعلام على المجتمع والعالم صعباً. يتطلب فهم كيف تشكل وسائل الإعلام الحياة الاجتماعية المعاصرة نظرية اجتماعية. إذا أردنا الكشف عن الترابطات المعقدة للعالم الرقمي، نحتاج استعادة عمل عالم الاجتماع الألماني نوبرت إلياس **Norbert Elias** حول "التشكيل" في تقديره الكلاسيكي لـ "عملية الحضارة"، إذا كان التساؤل حول الأنماط المحلية للنظام، و تركيز الموارد الناشئة في الإنتاج وفي الحياة اليومية على الإنترنت. ثم من المفيد أن نرجوع إلى نظرية بيير بورديو حول "حقول" الإنتاج الثقافي؛ إذا أردنا التساؤل، ببساطة، ما الاختلاف الذي تصنعه الرسائل اللاحصر لها المتداولة عبر الإنترنت للعالم الاجتماعي، نحتاج إلى الاعتماد على تقدير عالم الاجتماع الكلاسيكي إميل دوركايم للاختلافات الجاهزة والترتيب الهراري [الهرمي]- "الفئات" في مصطلحه- التي تختصر إليها تصوراتنا للعالم. لفهم وسائل الإعلام في تعقدها المعاصر، لا نحتاج لأي نظرية اجتماعية فحسب، إنما نظرية اجتماعية تتناول بناء، وتمثيل ، و نزاع العالم الاجتماعي.

المدخل إلى نظرية إعلامية موجهة اجتماعياً يهتم أساساً بالفعل. توفر وسائل الإعلام مدخلا لفهم تنظيم الفعل الإنساني. نقطة بدايتنا هي النهاية المفتوحة للممارسة وتضمن الممارسة في علاقات قوى أوسع. هذا المدخل يتشابه كثيراً مع علم اجتماع السلطة النقدي أكثر من تاريخ الاكتشاف التكنولوجي. إلا أن النظرية الإعلامية الموجهة اجتماعياً تتشارك شيئين هامين مع نظرية وسائل الإعلام. الأول، أنها مهتمة بوسيلة الإعلام، ولهذا تهتم بالآليات والبنى الأساسية المنظمة لتوجيه الاتصال بدلا من "الاتصال" بالمعنى العام. الشيء الآخر المثير للدهشة هو التراكم مع

ريسي ،اوركيوت ، زيرو دجري. هذا ولم تكن فكرة الشبكات الاجتماعية بالفكرة الحديثة، وإنما تضرب بجذورها إلى القرن الثامن عشر.

إلا أن مفهومها اتضح في بدايات القرن العشرين بين علماء الاجتماع. عندما ترسخ مفهوم تلك الشبكات في منتصف ذلك القرن. وقد زادت الأبحاث والتجارب المتعلقة بذلك العلم الجديد الذي أصبح قاسما مشتركاً بين عدة مجالات مثل (الأنثروبولوجيا، الرياضيات، المعلومات، الجغرافيا، الطوبولوجي، الإنترنت). وبظهور شبكة الشبكات أو ما يعرف بالإنترنت ظهرت مئات من المواقع التي استخدمت شكل الشبكات المجتمعية أساساً في بنائها، ولعل الشكل (1) - من تصميم المؤلف - يوضح التطور التاريخي لظهور الشبكات الاجتماعية منذ كونها فكرة تم تطبيقها على المجتمعات الحقيقية Real world إلى أن تم تطبيقها في المجتمعات الافتراضية أو ما يعرف بـ الفضاء الإلكتروني Cyper Space. بداية من نظرية الجسور السبعة لكونيغسبرج والتي ظهرت عام 1737 حتى ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية في شكلها الراهن.



شكل رقم (1) مخططاً كرونولوجياً خاص بالتتابع الزمني لتطور الشبكات الاجتماعية

البيانات، والقدرة الأرشفية، وظهور أشكال جديدة من كلا من التأليف الجماعي (الويكيبيديا)، والفردى (المدونات، ومدونات الفيديو، ...إلخ)، ومساحة كما وضعها لنا مخترع الشبكة العالمية العنكبوتية تيم بيرنرز لي **Tim Berners-Lee** كي "تفاعل على جميع المستويات". ويعتقد العديد من المعلقين في المجال الأكاديمي والصناعي أن قطاعات الحياة العامة والمهنية بأكملها سوف تتحول جذرياً بفضل ثورة المعلومات.

رغم ذلك هناك ثلاثة شروط ضرورية. الأول هو أن نسبة كبيرة من قدرة معالجة معلومات العالم الرقمي في أيادي خاصة عبر الشبكات الداخلية للشركات، و أنظمة الملكية. وقال لورانس ليسينج **Lawrence Lessig** أن بنية الإنترنت المفتوحة من النهاية - للنهاية أصبحت شيئاً من الماضي . تستمر المخاوف من ما إذا كان ممكناً الحفاظ على "حيادية الشبكة"، مزعجة هي المفاضلات بين الموائمة اليومية لاستخدام محرك البحث وبين قدرة شركة جوجل الناتجة عن عمل صفقات جانبية، على سبيل المثال، مع شركة التليفونات الأمريكية فيريزون **Verizon** عبر فتح الإنترنت اللاسلكي بعيداً عن نطاق لجنة الاتصالات الفيدرالية، وتواجه سيطرة جوجل على السوق تحديات قانونية من جهة لجنة التجارة الفيدرالية الأمريكية، و مفوضية التنافسية الأوروبية، لذا لا نستطيع معاملة "فضاء" الإنترنت باعتباره مجانياً ومتاحاً للجميع ببساطة .

الشرط الثاني هو في إطار التوسع اللانهائي في الاتصال العالمي، بدأت تظهر أشكال جديدة خفية من عدم الاتصال. حيث برزت قضية الفجوة الرقمية منذ أواخر التسعينات. في بعض الدول - مثل الولايات المتحدة، والدنمارك، وكوريا الجنوبية - أصبحت مستويات الدخول إلى شبكة الإنترنت عالية جداً لدرجة أن عالم الإنترنت يبدو نقطة مرجعية عالمية. لكن حكومة بريطانيا لم تعمل أي افتراض من هذا القبيل. يصبح عدم الاتصال بالإنترنت أكثر حدة عندما ننظر خارج الغرب، حيث تختلف نسبة الراتب الشهري السنوي اللازمة لشراء كومبيوتر اختلافاً كبيراً، في أجزاء كثيرة من

تلك الجسور، وتكمن فرضية المسألة في الإجابة على السؤال التالي : هل من الممكن التجول بالمدينة

عابرًا جسورها السبع بحيث يتم العبور على كل جسر مرة واحدة فقط؟

وبعد مجهودات شاقة ومضنية أنضح لأويلر أن تلك المسألة لا حل لها، حيث أشار إلى أنه

ليس من المهم مكان وجود الجسور بل ترتيبها وعلاقتها التكاملية مع بعضها البعض. لذا قام

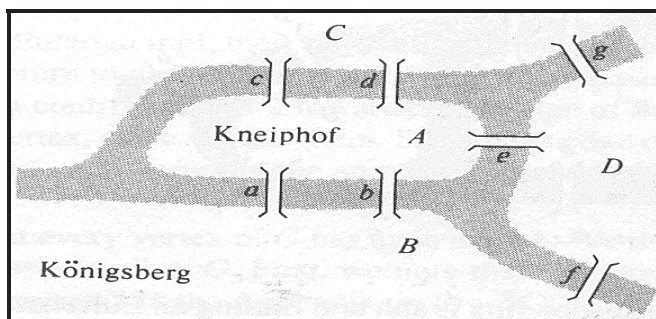
بصياغة المسألة من جديد وذلك بإزالة جميع العناصر عدا الجسور والأرض الواصلة بينها شكل رقم

(3) مما سهل عليه صياغة المسألة بشكل مجرد. وبمصطلح حديث من الممكن ان يطلق على قطعة

الأرض اسم (رأس أو وحدة Vertex or node) ، وعلى الجسر الذي يربط قطعتي الأرض اسم

(ضلع أو رابطة edges or link). حيث يطلق على الشكل الرياضي الناتج اسم مخطط بياني

أو Graph.



شكل (3) تتمثل الجسور السبعة (a-g) اما من (A-D) فتمثل المدن الواقعة في مدينة كيستنبرغ

بعد رسم المخطط البياني الذي يعبر عن المسألة في الشكل السابق ،

فقد أشار إلى نتائج فرضياته في التالي : بمجرد دخولك إلى إحدى الرؤوس

Vertics يجب الخروج منه من طريق ضلع آخر مختلف (جسر). أى أنه

عدد مرات دخول (زيارة) كل رأس يساوى عدد مرات الخروج (مغادرة)

تشكل الحركة العمالية العابرة للحدود، والتي تقودها أنماط عالمية من التفاوتات، تشكل كلا من الموارد والاحتياجات لمثل هذا التنسيق الاجتماعي. ثانياً، هناك اختلاف كبير بين الإمكانيات الأساسية لاستخدام التكنولوجيا، وكيف يتم استخدامها بالممارسة. كما يصيغها ريجيس ديربي **Regis Debray** "الاستخدام أكثر قِدَمًا من الأداة... إذا كانت الوسيلة (جديدة)، فإن بيئة [استخدامها] (قديمة) حسب التعريف". بالفعل يبرز تاريخ الآثار الاجتماعية طويلة الأجل للكتب كيف تضافت عناصر عديدة لتنتج بمرور الوقت معيار عادة القراءة في أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين في أوروبا: سياقات القراءة، وروابطها المؤسسية، والاتفاقيات الثقافية الجديدة، و وقت الفراغ المتزايد لدى طبقة البروجوازية المتنامية، وحتى تزايد عدد البيوت المتاح فيها مصدر إضاءة بعد الغروب. كانت القدرة على إنتاج محتوى وليس فقط البرمجيات (أو بكلمات أخرى البنية الأساسية) هي محفز سرعة "ثورة الإنترنت" لكي يجري نشرها وتوزيعها عبر نفس الوسيلة. كان الكتاب قفزة كبيرة إلى الأمام في نشر الابتكار، لأنه يسر نقل الرسوم البيانية، والأوصاف التقنية الأخرى. لكن اليوم تستطيع بنية البرمجيات الأساسية والتي تعتمد عليها ابتكارات اتصال مهمة الانتشار عالمياً بدون انتقال أي شخص أو شيء فيزيقياً! فكر في نظام الكتابة المفتوح الخاصة بمواقع إنديميديا²، والمُخْتَرَع في استراليا لكن أول استخدام له كان في سياتل [في كندا] على هامش الإضرابات المناهضة لاجتماع منظمة التجارة العالمية عام 1999، أو قالب موقع اوشيدي **Ushahidi** المتاح لتغطية الكوارث عبر أفريقيا.

خلاصة القول: رغم إثارته، يميز الغموض الكثيف العالم غير الخطي لتحول وسائل الإعلام المعاصرة، وتحل التوقعات القائمة على ما يسمى "الجيل الرقمي" محل ضجيج تسويق التحليلات الجادة، وتخاطر بالخطأ الأساسي لسلوكيات مرحلة الحياة المرتبكة مع التغير التاريخي الحقيقي. وبالمثل، بينما نعيش بلاشك في عصر تتقارب

² <http://www.indymedia.org>

³ <http://www.ushahidi.com>

فيه المخرجات الإعلامية على المنصات الشائعة، فإن المزاعم بأننا نعيش شيء متفرد مثل “ثقافة متقاربة” يجب معاملتها بتشكك. يرى كلاي شيركي Clay Shirky مؤخراً إن “كلما كبرت الفرصة التي تقدمها الأدوات الجديدة، كلما قلت استطاعة أي شخص على استقراء المستقبل من الشكل السابق للمجتمع”. وهو بالضبط التفاعل الواسع بين وسائل الإعلام وتوزيع السلطة الاجتماعية وهو الأكثر غموضاً، وكما قالها بروست Proust صحيحة عندما علق على زيف الحكم “ما أحتفظ به سراً ... في ضوء ما تم كشفه”.

وبشكل أكثر تحديداً، يجب على أي نظرية إعلامية اليوم التصدي لستة أنواع من الشكوك والتي عند ربطها بعمليات أوسع للتمايز والفعل المنعكس ضمن الحداثة المتأخرة يمكن فهمها بشكل أفضل وفقاً لديناميات محددة من مؤسسات الإعلام وتكنولوجياته.

ماذا، ومن ، وأين وسائل الإعلام؟

وسائل الإعلام الرقمية المعاصرة بطرق حاسمة “في إطار محدد”. منذ عقد ونصف مضى، كانت العناصر الرئيسية للبحث الإعلامي هي (النصوص، والاقتصاد السياسي للإنتاج، ودراسات الجمهور). بينما طرحت الثورات الصغيرة في دراسات الجمهور أسئلة جديدة – كيف تعمل النصوص بالضبط مع الجمهور، وما الذي يفعله الجمهور بالنصوص؟- ظهرت تلك الأسئلة باستمرار. لم تغير الابتكارات التكنولوجية (تصوير الفيديو المنزلي، تضاعف القنوات التلفزيونية عبر الأقمار الصناعية والكابل) موضوع الدراسة تغييراً جذرياً، بالرغم من توقع النقيض، بدا الجمهور – اهتمامي الشخصي الخاص- في وضع آمن إلى حد كبير داخل المشهد الوطني لعروض وسائل الإعلام، وبدأنا نفهم دور وسائل الإعلام في الأمم المستمرة في بدايات الثمانينات.

صاحب المصنع وفي الوقت نفسه تجمع بين فورد وبين مدير مؤسسة هيرست للنشر صداقة حميمة، كما تعرّف مدير مؤسسة هيرست في السنوات الأخيرة على Arpad Pasztor الذي يعتبر صديق شخصي مقرب من كارينزي لذا فيمكن لكارينزي أن يخبر صديقه Arpad Pasztor بأرسال برقية لمدير مؤسسة هيرست يطلب منه أن يتحدث مع فورد حول إمكانية أخبار رئيس الورشة بحَث العامل على سرعه الانتهاء من تصليح سيارة كارينزي".

وقد عرفت تلك الفكرة فيما بعد بـ " نظرية الانفصال ذي الست درجات ". وعلى رغم من قدم تاريخ تلك الفكرة إلا انها كانت نظرية غير علمية لم ترق إلى التجريب في ذلك الوقت.

3/1/1 محاولات كل من كوشين Kochen وآيثيل دي سولا Ithiel de Sola :

وبعد مرور ثلاثة عقود وتحديداً في عام 1950م حاول كل من آيثيل دي سولا المشتغل بمعهد ماساشوستس للتقنية (MIT) ومانفريد كوشين من شركة آي بي إم (IBM) إثبات فكرة الانفصال ذي الدرجات الست من خلال فرض عدد من الأسئلة التي شكلت محور اهتمامهم وهي⁽⁶⁾:

أ- كيف تتم عملية التواصل البشرى ؟

- ما متوسط عدد المعارف الشخصية التي تحكم عملية التواصل بين الأفراد ؟

- ما متوسط عدد المعارف الشخصية التي تحكم عملية التواصل بين المجتمعات ؟

ب- كم عدد الروابط التي تجعل شخصين متباعدين فكرياً وجغرافياً على صلة ببعضهما

البعض ؟

والاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية، كانت المنتجات في عصر ما قبل “وسائل الإعلام” الرقمية تبث عبر عدد محدود من نقاط الإنتاج/التوزيع وتُستقبل من أعضاء الجماهير الغفيرة المنفصلين عن بعضهم البعض، لكن هذا لم يكن بسبب ضرورة تكنولوجياية، مثل التاريخ المبكر لعروض الراديو: في الولايات المتحدة الأمريكية : جرى تطوير إمكانية الراديو باعتباره وسيلة من شخص - إلى شخص أو من عديدين إلى عديدين بصورة فعالة قبل وبعد نهاية الحرب العالمية الأولى. بينما جرى في فرنسا وبريطانيا استكشاف إمكانية تشغيل الراديو من خلال نموذج “مجتمع” غير مركزي و شامل. وتعكس مثل هذه النماذج غير الجماهيرية التي سقطت بعيداً - لدرجة أنه يُكتب عنها كثيراً باعتبارها من تاريخ وسائل الإعلام - الجهد الذي ذهب لتطوير الفرص التجارية والسياسية لنموذج راديو من فرد - إلى عديدين : كان مطلوباً رأس مال كبير للإنتاج/ التوزيع الإعلامي على المستوى الوطني، و وسائل الإعلام كثيفة رأس المال الناتجة تناسبت بشكل جيد مع المركزية المتزايدة لمؤسسات الدولة الحديثة .

الآن أنواع مختلفة من التحولات في طريقها، مرة أخرى ليس بسبب إمكانية تكنولوجياية بسيطة. نألف فكرة التلفزيون المنزلي الثابت، لكن اليوم حتى في الدول التي تتمتع بمعدات جيدة مثل بريطانيا، 74% من السكان لديهم اتصال عريض النطاق، و50% ممن في سن 16-24 عاما لديهم هواتف خلوية مزودة بخاصية تصفح الإنترنت، حيث أصبح الاستخدام الأساسي للإنترنت روتيناً يومياً في عدة دول، وظهر ممثلو وسائل الإعلام الجديدة، منتجو فيديوهات الجهاديين على شبكة الإنترنت، أو بالطبع أي مقطع فيديو منتج شخصياً و مُحمل على اليوتيوب؛ وتغريدات المشاهير من هواتفهم الخلوية، والمتظاهرون بكاميرات هواتفهم الخلوية في الزحام. كل هذا ليس تغيراً في سؤال “ماذا؟” فحسب، بل في سؤال “من؟” أيضاً. تعقيداً أسماه جون ثومبسون John Thompson كسر أساسي بين منتج ومستهلك الإعلام الجماهيري”. اليوم، تمنح الإنترنت للأشخاص القدرة على الوصول لجماهير كثيرة وهو ما يستعيد ذكريات استخدام الأفراد للتليفون اللاسلكي للغناء ولعب الموسيقى

“للعالم”. رغم أن في تلك الأيام كان كلا من المدى وقيود البنية الأساسية مختلفة تماماً. يستثمر منتجو/ موزعو الإعلام المتخصصون ليس في محتوهم فحسب، بل في تحفيز، وإدارة المحتوى الذي ينتجه المستخدمون. بينما لدى مستهلكوا وسائل الإعلام أو الجمهور فرصاً لا نهائية للمشاركة، أو للتعليق على إنتاج الإعلام المؤسسي، ورغم إن من يستمتع بهذه الفرص تماماً يظل متشككاً، فإن البعض يحتفل بالمجتمعات التفاعلية حول مواقع الصحف على شبكة الإنترنت، بينما آخرون أكثر تشككاً. البعض يدرك حتى أكثر التحولات أساسية: تحول الويب من “وسيلة للنشر” إلى “وسيلة اتصالية”، و تحول الفيديو من “وسيلة نشر ثقافي” مركزية إلى “امتداد للشبكات بين الأشخاص”. هل يمكننا رؤية تجزئة المخرجات الإعلامية، واطمحلال “وسائل الإعلام الجماهيرية”؟ أم أن هذا يقلل اهتمام شركات الإعلام الجديد المعاصرة مثل جوجل، في استمرار بيئة إعلامية جيدة سوف يزحف عبرها محرك بحثها؟

اليوم لاعبو الإعلام التجاري الرئيسيون ليسوا صانعو برامج، أو وكالات الأخبار، أو شركات أفلام، لكنهم جوجل **Google** (بما في ذلك يوتيوب **YouTube** التي تمتلكها)، وفيسبوك **Facebook**، وأبل **Apple**. جميعهم يصنعون ويبيعون الأجهزة، والمنصات، ومحركات البحث التي تعتمد عليها واجهات وسائل الإعلام: إنهم هؤلاء اللاعبون الذين يربطون العديد من تيارات استخدام وسائل الإعلام إلى العملية ككل. كما يذكر تارلتون جيلبسي **Tarleton Gillespie** مصطلح “المنصات” مستخدم بكثرة في دائرة الصناعة لالتقاط قدرة الربط هذه: لذلك السعي لمنصات جديدة مستمر، كتبتُ في صيف عام 2001، أنتظر لأرى ما إذا كان استحواذ مايكروسوفت **Microsoft** على سكايب **Skype** مقابل 8,5 مليار دولار سوف يمكنها من الانضمام إلى زمرة لاعبي وسائل الإعلام المسيطرين. هذا التحول يعمل على مستويين؛ الأول، هو مستوى ما يُنقل عبر المنصات والتغيرات الناتجة في أين تحديداً تُستهلك أنواع محتوى: (الفيديو حسب الطلب) الذي يخططه منتجو أفلام رئيسيون (وارنر بروز **Warner Bros**، توتنتس سينشري **Twentieth-Century**

وتنقسم الشبكات المعقدة إلى عدة نماذج Models ، ولكن ما يستخدم في مجال الشبكات

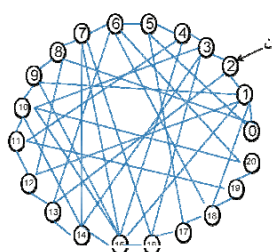
وعلم الاتصالات هو:

- نموذج إيردوس ورينية The Erdos-Renyi Model :

حيث تم التوصل إلى رسم بياني عشوائي من خلال أخذ عدة وحدات nodes (ن) وإيصالها

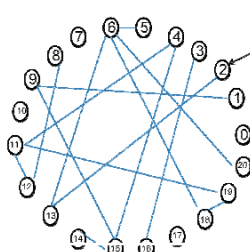
ببعضها البعض عبر احتمالية معرفة كل وحدة للأخرى (ب) وكما هو واضح من الأشكال (5)، (6)، (7)

فإن المخطط العشوائي الناتج من تلك العملية يسمى (ج) أي أن (ج) = (ن ، ب).



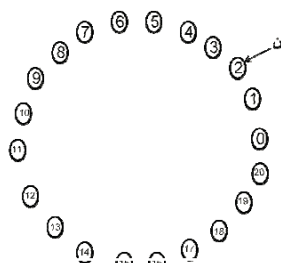
شكل (7)

ب = 0.2



شكل (6)

ب = 0.1



شكل (5)

ب = 0

ويطلق على نموذج إيردوس ورينية أحياناً الشبكات عديمة المعيارية scale-free networks أى

تلك الشبكات التى لاتخضع لمعيار معين في بنائها أو وصلاتها، وتخضع درجة الروابط (عدد

الوصلات المرتبطة بكل وحدة) لقانون التوزيع Power law، أى أن غالبية الوحدات لها درجات

صغيرة في حين أن عدداً قليلاً من تلك الوحدات لها درجات كبيرة من الروابط وتسمى Hubs

(المجمع). ويمثل الشكل رقم (7) النموذج الهيكلي للشبكات عديمة المعيار على نطاق واسع ومن

أمثلة تلك الشبكات (شبكات الويب، شبكات التفاعل الغذائى، شبكات معارف الأصدقاء المتضمنة داخل

البريد الإلكتروني، مواقع الشبكات الاجتماعية)⁽⁹⁾.

هذا وقد ارتكزت شبكة الإنترنت ومواقع الويب في تصميمها على الشبكات عديمة المعيارية لصمودها أمام ما يعرف بالإلغاء العشوائى للوحدات حيث يُمكن لشبكة الإنترنت بقاء اتصالها رغم إلغاء الكثير من الوحدات (مثال: تعمل شبكة الإنترنت بشكل دائم رغم تعطل الخوادم، المزودات والوصلات) كما أن المُجمعات Hubs التى تأخذ درجات كبيرة من الروابط تشكل خطراً حينما يتم اختراقها (فقد يؤدي توقف موقع جوجل Google كمستضيف للمواقع إلى عزل ملايين المواقع). وأخيراً فقد تتميز الشبكات عديمة المعيارية بصغر المسافة الناشئة بين وحداتها مما يجعل عملية التنقل بين المواقع تتسم بسرعات فائقة، حيث يمكن الوصول إلى أى صفحة من صفحات الويب بالنقر على عدد محدود من الروابط مروراً بما يسمى المجامع⁽¹⁰⁾.

5/1/1 ظاهرة العالم الصغير (SMALL-WORLD PROBLEM)

" هل يتصف العالم بصغره حقا ؟!! " بداية وقبل الخوض في عرض الظاهرة بشئ من التفنيد، فإن ذلك الجدل المتعلق بذلك السؤال قد تلاشى بظهور سلسلة من المحاولات المتمثلة في الدراسات المفصلة من قبل باحثين مثل ستانلى مايلجرام Stanley Milgram، واتس Watts حيث جاءت نتائج أبحاثهم لتشير بأن مصطلح " صغير Small " هنا يستعمل بديلاً عن مصطلح " قريب Close، فالعالم مهما زاد عدد أفرادهِ عن البلايين فإن هناك درجة من القرب بين الأفراد بغض النظر عن الحواجز الجغرافية التى تحول بين الوحدات المكونة لشبكة العلاقات الاجتماعية الكونية. ولعل المفارقة بين ذلك الإقتراب Disjuncture الذى ولد من تلقاء نفسه وبين الإدراك في كيفية تكوين تلك المشابكة المتواصلة ما يجعلنا في دهشة مستمرة بأن العالم يتسم بصغره وليس الصغر هنا فيزيقى فحسب، وإنما في محدودية الروابط التى

تجمع أفراد العالم في مشابكته الطبيعية. ولكن ما الذي يجعلنا ندرك بمحدودية العالم كمكان ما عن غيره؟ وللإجابة عن ذلك السؤال تتمثل في أربعة نقاط:

أ- النمو المفرط للوحدات المكونة للشبكات الاجتماعية نتيجة للزيادة الهائلة والمستمرة لسكان العالم.

ب- التزايد الكمي في الشبكات الاجتماعية بين سكان العالم نتيجة للتواصل المستمر بينهم.

ج- عدم مركزية العلاقات الشبكية بين فئات بعينها؛ فهناك علاقات مباشرة أو غير مباشرة تربطنا بغيرنا باستمرار.

د- انقسام الشبكات الاجتماعية إلى قطاعات واسعة، مما يعنى أن دائرة العلاقات يحكمها تداخل قوى.

ولعل إجابة هذا الاستفسار قد نجمت عنه المعايير الأساسية اللازمة لإثبات حقيقة مفادها أننا بالرغم من اتساع العالم والزيادة المطردة للسكان؛ إلا أنه تربطنا شبكة من العلاقات تجعل تواصلنا يتم وفق آلية متشابكة عبر سلسلة صغيرة من الروابط. وبعد مضي أربعة عقود من ظهور عمل كارينزى وتحديداً في عام 1967 ابتكر عالم الاجتماع الأمريكي ستانلي ميلجرام* طريقة لاختبار هذه النظرية وإعادة صياغتها وتجريبها للتأكد من صحتها. ولم يكن هدف ميلجرام معرفة الكيفية التي يتم بها التشابك بين أفراد المجتمع الواحد؛ وإنما كان مسعاه معرفة عدد الوسيطاء Links في سلسلة العلاقات المتشابكة، وللإجابة على هذا السؤال ابتكر ستانلي طريقته المعروفة " بظاهرة العالم الصغير The Small World Problem " والتي تتبلور في تسليم عدد من الأشخاص- لا تربطهم صداقة مباشرة بينهم - رسالة إلى أحد

* بعد ستانلي ميلجرام واحداً من علماء النفس الاجتماعي الذي يرجع إليه الفضل في تطوير الموضوعات المتعلقة بالبناء الاجتماعي في القرن العشرين والتي كانت مثار جدل آنذاك.

الأشخاص المحددين سلفاً والذي يعمل في مجال أسهم البورصة في بوسطن حيث بدأ ميلجرام بتحديد 297 شخص تم اختيارهم بطريقة عشوائية من السكان المقيمين في أومها بنبراسكا Omaha Nebraska، ويشيتا بكنساس Wichita، حيث إحتوت الرسالة على ملخص صغير بأهداف الدراسة واسم المرسل له وعنوانه، وصورة شخصية له، وبعض المعلومات المتعلقة بالشخص، فأرسل كلٌ منهم الرسالة (الطرد) إلى وسيط اعتقد أنه يعرف أكثر منه كيفية الوصول إلى ذلك الشخص، وأنه يستطيع بعدئذ إرسال الرسالة (الطرد) إلى وسيط آخر⁽¹¹⁾ متبعين مجموعة من التعليمات يجب أن يلتزم بها كل فرد من أفراد العينة وهى⁽¹²⁾ :

أولاً: ضع اسمك في الجدول أسفل الرسالة (حيث يتثنى للشخص الذي تلقى الرسالة أن يعرف الشخص الذي أرسل له الرسالة).

ثانياً: حرر بطاقة بريديه وأرفقها بالرسالة حيث تمثل البطاقات البريدية عنصر مهم عند تحليل الرسائل ومعرفة من هم الوسطاء النشطاء التي ارتكزت عليهم المصفوفة في بنية الترابط الاجتماعي.

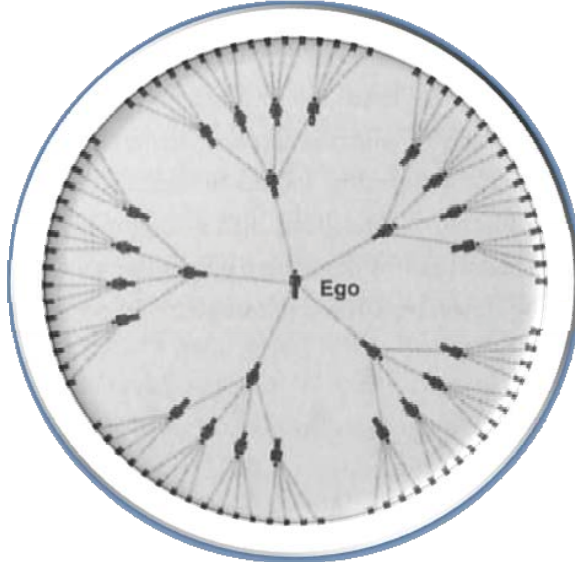
ثالثاً: في حالة معرفتك بالشخص المستهدف معرفة شخصية قم بإرسال الرسالة له / لها مباشرة.

رابعاً: في حالة عدم معرفتك بالشخص المستهدف لا تحاول أن ترسل له الرسالة مباشرة معتمداً على المعلومات المتوفرة لديك عن الشخص ولكن عوضاً عن ذلك قم بإرسال الرسالة للشخص الذي تعتقد إنه على صلة بالشخص المستهدف.

وأثناء تحليل ستانلى ميلجرام لرسائل عينته توقع إنه إذا زاد عدد الوسطاء إلى مئات الأفراد فإن تجربته سوف تفشل. إلا ان نتائج التجربة

جاءت عكس توقعاته لتشمل ستة وسطاء، وقد نشرت النتائج التي توصل إليها مليجرام من خلال دراساته في مجلة "علم النفس Psychology Today"، حيث صكت نظرية جديدة في علم الاجتماع تعرف بنظرية " الانفصال ذي الدرجات الست the six degree separation ".

ولعل تجربة مليجرام أيقظت العالم إلى حقيقة مفادها أننا لا نتصل ببعضنا البعض عبر مجموعة من الوصلات Links أو المعارف acquaintances فقط ، ولكننا نعيش في عالم يتسم بالصغر ولعل صغر العالم لا يعنى الشكل الفيزيقي له ولكن معناه أن الأفراد في العالم ككل يرتبطون بـ (مسارات، روابط، وصلات) صغيرة ومعقدة تربطهم مع بعضهم البعض عبر مخطط بياني داخل المحيط البيئي. وكما هو واضح من الشكل (8) الذي أشار إليه واتس في كتابه بأن الأفراد الغرباء في المجتمعات المختلفة يفصلهم عن بعضهم البعض أشخاص مشتركين إما من ناحية الفئة العمرية، أو طبيعة التخصص، أو الأجناس العرقية، أو الاهتمامات المتشابهة ... إلخ.



شكل (8) نموذج إيجو لدرجات الانفصال الستة في دراسة واتس للاتصال الاجتماعي

فإذا تخيلنا أن هناك شخص يدعى (ن) لديه (100) مائة صديق، وأن كل صديق منهم لديه أيضًا مائة (100) صديق إذا فباستطاعه (ن) أن يتصل بمائة صديق في الدرجة الأولى من الانفصال، وفي الدرجة الثانية من الانفصال يستطيع (ن) أن يتصل بألف شخص، وفي الدرجة الثالثة سوف يقفز (ن) إلى ما يقرب من مليون شخص، وفي الدرجة الرابعة ما يقرب من مائة مليون شخص، وفي الدرجة الخامسة 9 بلايين من الأشخاص⁽¹³⁾.

6/1/1 نظرية قوة الروابط الضعيفة The Strength of Weak Ties

عُرفت هذه النظرية في أدبيات علم الانثربولوجيا وعلم الاجتماع

بنظرية قوة الروابط الضعيفة The Strength of Weak Ties Theory

وقد شرحها عالم الاجتماع الأمريكي مارك جرانوفيتز Mark Granoveter

في عمله الموسوم بـ " The Strength of the Weak Ties " في عام 1973 على نحو واسع ومشهور. حيث عرّف " الروابط الضعيفة Weak Ties " بأنها علاقات اجتماعية تتسم بندرة الوصلات بين الكيانات وغياب الشعور الحميمي بينهم. كما أشار في عمله سالف الذكر أن " الروابط الضعيفة " تلعب دورًا حاسمًا في العلاقات الاجتماعية حيث تمكن المرء من الوصول إلى أشخاص لا يمكن الوصول إليهم عبر الروابط القوية. كما أشار مارك أيضًا أن الروابط الضعيفة تظهر بكثرة خلافًا لما نظن ؛ فمعظم الباحثين عن فرص عمل أو التنقل من وظيفة إلى أخرى لا يطرقون باب أفراد عائلاتهم أو أولئك المقربين من أصدقائهم ما لم يكونوا على دراية كاملة بتدخل ما يعرف "بالوساطة" أو نظام المحسوبيات التي تمنح للمعارف أو الأقارب بغض النظر عن مؤهلاتهم العلمية والعملية التي تتطلبها سوق العمل ؛ وإنما يسعون لتحسين آفاق حياتهم المهنية بالبحث عن أشخاص لاتربطهم علاقات قوية بهم. وهذا ما يسمى "بشبكات الأفراد الموسعة" ⁽¹⁴⁾. " Extended network كما أظهرت نتائج الأبحاث أن نشر الأفكار والإبتكارات تزداد عبر تلك الروابط. هذا وقد يرى " برنرد ويجنر Bernd Wegener " أن من يحتلون مناصب عليا هم الأكثر استفادة من الروابط الضعيفة مقارنة بذوى المناصب الدنيا. ومع نشوء برمجيات التشبيك الاجتماعي أو ما يعرف بمواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت أضحت من اليسير على الفرد إقامة علاقات جديدة بمجرد النقر على روابط الأشخاص ذوي العلاقات الضعيفة ايضاً. وقد وافق باسير Bessiere ما أشار إليه برنرد ويجنر فقد وجد باسير وآخرون في بحثهم " Effects of Internet use and social resources on changes in depression " أن العلاقات الجديدة التي تظهر بين الأفراد

في الواقع الافتراضي Cyber Space انما تنشأ من خلال الروابط الضعيفة بين الأشخاص وبعضهم البعض حيث يستخدم الأفراد تلك الروابط في إقامة علاقات جديدة مع أشخاص يتعرفون عليهم لأول مرة ويقضون معهم فترات طويلة على المواقع الاجتماعية مثل الفيسبوك facebook، ومائ سبيس myspace ، وتويتر twitter.

7/1/1 رقم دنبار Dunbar's Number :

ذهب عالم الأنثروبولوجيا البريطاني الشهير روبين دنبار Roben Dunbar في دراسته الأكاديمية المتعلقة بتطور الأجناس الرئيسة للثدييات " الرئيسيات " والموسوم بـ " The Co- evolution of neocortical size and language in humans. Group size and language in humans " والمنشور في عام 2003 أنه يستحيل على الأشخاص إبقاء علاقاتهم الاجتماعية في حالة إستقرار ضمن أكثر من 150 شخصاً في الجماعة الاجتماعية. فالعشائر الاجتماعية أو ما يعرف بالروابط المتماسكة للتوافق الاجتماعي تنحل وتتفكك في الجماعات التي يزيد عدد أعضائها عن 150 عضو، حيث مثل رقم (150) الحجم النمطي للعشائر البشرية والشبكات الحميمية على المستوى العام. وقد عرف ذلك الرقم بعد ذلك باسم " رقم دنبار Dunbar's Number " نسبة إلى ذلك العالم⁽¹⁵⁾.

فإذا طبقنا رقم دنبار على قوائم الأصدقاء المتضمنة في الشبكات الاجتماعية ، فإن أية " قائمة أصدقاء Friends List " تزيد على 150 صديق. فمن الطبيعي الاحتفاظ بشبكة مهنية تزيد عدد أفرادها على 150 في شبكة مثل لينكدإن ، ولكن يبدو أن من المستحيل على أى شخص أن يحتفظ بعلاقات اجتماعية مع أكثر من 150 شخصاً. ومع ذلك فإن كثيراً من لوائح بيانات

الأشخاص على شبكة الفيسبوك توجد عليها قوائم من "الأصدقاء" يزيد عدد أعضائها كثيراً على هذا الرقم. ليس هذا فحسب، بل ربما يصل العدد إلى ضعف أو ثلاثة أو أربعة أضعاف هذا العدد حيث تصل إلى الآلاف. وهذا يؤدي للسؤال التالي: هل الشبكات الاجتماعية المرتكزة على المجتمعات الافتراضية معفية من القوانين الأساسية التي تحكم علم الأنثروبولوجيا الاجتماعية؟! ⁽¹⁶⁾.

مصادر الفصل الاول

- 1- http://www.webopedia.com/TERM/S/social_network.html .- 2-2-2012
- 2- Newman, M.E J (2005). The Structure and Function of Complex networks .- [Santa Fe]: Santa Fe Institute. P2.
- 3- Barnhill (2004), Bill. The Social Web: Creating an Open Social Network with XDI.Vol7.p2
- 4- jörneborn, Lennart (2004).- Small-World Link Structures across an Academic Web Space: A Library and Information Science Approach. PhD. Copenhagen: Department of Information Studies, Royal School of Library and Information Science.P33-34.
- 5- Albert-Lósló Barabási (2002). Linked : The New Science of Networks. Cambridge : Perseus Publishing, P 26.
- 6- Pool, Ithiel de Sola , Kochen, Manfred (1978). Contacts and Influence.-Social Networks. Netherlands : Elsevier, P6.
- 7- Carol M Bast , Cynthia A. (2009) Brown Guilty by Association: “Small World” Implications for Business Strategies in Post 9/11 America. P3.
- 8- Hunang, Yongjian (2009). Supporting Meaningful Social Networks scholarship. Southampton: Yongjian Hunang.P20 . (PhD. Dissertation)
- 9- Albert-Lósló Barabási. (2002) Linked : The New Science of Networks. Cambridge : Perseus Publishing, P 84.
- 10- Ibid. P85
- 11- Travers, Jeffrey, Milgram, Stanley.(1969) An Experimental Study of the Small World Problem.- Sociometry, Vol32 , No4. P428-429.

- 12- Albert-L  sl   Barabási. Ibid p28
- 13- Watts, Duncan J. Watts(2003).- Six Degrees : The Science of a Connected Age.-
Newyork: w.w. Norton & Company, p38.
- 14- Granovetter, Mark S.(1973) The Strength of Weak ties .- American Journal of
Sociology , Vol78 ,Issue 6 pp 1373-1374
- 15- Dunbar, R. I. M. (1993). Coevolution of neocortical size, group size and
language in humans. *Behavioral and Brain Sciences* 16 (4) ,pp8-9.
- 16- Watts, Duncan J. Watts .Ibid .p38

الفصل الثانى

الشبكات الاجتماعية المتاحة على العنكبوتية : نشأتها وتطورها

0/2 تمهيد

يهتم هذا الفصل بالتعرف على مواقع الشبكات الاجتماعية المتاحة على الشبكة العنكبوتية والمعروفة باسم Online Social Networks Sites (OSNS) من حيث تعريفها، فكرتها، ونشأتها ؛ وذلك من خلال تقسيمها إلى أجيال يعكس كل جيل بدوره التطور الملحوظ لها مبرزاً الشبكات الرائدة التى ساهمت في تطور تقنيات تلك الشبكات مع الإشارة إلى بعض المحاولات العربية.

1/2 تطور تقنيات التواصل بين الأفراد

مر القرنين العشرين والحادى والعشرين بسلسلة متعاقبة من التقنيات التشابكية التى تطورت من فترة إلى أخرى بهدف الربط بين الأشخاص والمنظمات، كما أن لتلك التقنيات مثل : التليفون، الفاكس، الإنترنت، البريد الإلكتروني، الشبكات اللاسلكية، الرسائل الفورية، وأجيال الويب المختلفة

دورها الفعال في تسريع عملية التواصل والتشابك والتشارك المجتمعي، ومن ناحية أخرى فإن لتلك التقنيات التشابكية ثراءً فكري ومادى ملحوظ. فمع كل تقنية جديدة تظهر قدرات فائقة مصاحبة لها تتمثل في الكم الهائل من المعلومات التي يتم مشاركتها بين الأشخاص بأشكال مختلفة تتمثل في الملفات نصية Text، ملفات الفيديو Videos Files، ملفات الصوت Sound Files، الصور photos ... إلخ وعبر قنوات مختلفة وبسرعات هائلة.

التقنية	الفترة
التليفون	عقد الثلاثينيات (1930)
الفاكس	عقد السبعينيات (1970)
الإنترنت	عقد الثمانينات (1980)
البريد الإلكتروني	عقد الثمانينات (1980)
الشبكات اللاسلكية (wireless)	عقد التسعينيات (1990)
الرسائل الفورية Instant message	عقد التسعينيات (1990)
Web1 الجيل الاول من الويب	عقد التسعينيات (1990)
Web2 الجيل الثاني من الويب	في بداية الالفية من القرن الحالى 2000
Semantic web (Web3) الجيل الثالث من الويب (الويب الدلالي)	القرن الحادى والعشرين (2009)

جدول رقم (1) يوضح التطور الزمني للتقنيات التي أحدثت انقلاباً في تقنيات التواصل الرقمية

هذا وقد أضحى هذا العصر مسرحًا لتحوّلات وانقلابات بلغت من الشدة حدًا جعل العلماء يؤكدون على حقيقة هامة وهى أن العالم كله يشهد ثورة صناعية جديدة تعرف بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال والذي يُعرف في العديد من الثقافات بالإعلام الجديد New Media أو الإعلام الاجتماعي Social Media والتي رافقت ظهور شبكة الويب World Wide Web (Web) بوجه عام والتقنيات المستحدثة في بيئة الويب بشكل خاص. هذا وقد أثرت تلك التحوّلات التكنولوجية في وقت قصير على مجتمعات العالم ككل استخداما وإفادة. هذا وتعتبر الشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت إحدى نتائج تلك التحوّلات التي جذبت ملايين من البشر إلى الحد الذي جعل اندماجهم في تلك الشبكات واستخدامهم لها بشكل يومي أمرًا طبيعيًا. ولعل استخدام الملايين من البشر لتلك التقنية هو الدافع وراء ظهور المئات من تلك الشبكات التي تعمل بآليات تقنية تتسم بإتاحتها وسهولة استخدامها حيث لا يتطلب من المرء سوى أن يكون على دراية بأساسيات التصفح على تلك الشبكات⁽¹⁾.

فإذا كانت التكنولوجيا بتطورها الجامح هى الداعمة بشكل أساسى لاحتياجات الأشخاص. فإن الشبكات الاجتماعية هى التقنية التى تُظهر سلوكيات وعلاقات الأفراد، عبر تحالفات يندمج ويتشارك فيها الأشخاص كجزء من حياتهم اليومية⁽²⁾.

وربما كان اجتياح تلك الشبكات المرتكزة على بيئة الويب 2.0 وانخراطها في الحياة اليومية والنجاح الذي بلغته ؛ هو السبب وراء فتح المجال أمام مختلف الهيئات العلمية إلى استخدام هذه الشبكات في الأغراض التي تخدم بيئة الاتصال العلمى. فعلى سبيل المثال فقد مَنحت المعاهد الوطنية

للصحة في الولايات المتحدة المسماه بـ National Institutes of Health جامعة كورنيل Cornell University 12.2\$ مليون دولار لتطوير شبكة فيفو VIVOweb لتوظيفها كمستودع اجتماعي للعلماء المنتمين لها بحيث يستطيع كل باحث الولوج إلى تلك الشبكة والاشتراك فيها وإتاحة إنتاجه الفكرى مجاناً بين أقرانه من العلماء والباحثين. كذلك حضور المؤتمرات والندوات التى تقام عن بعد مما يوطد من عملية الاتصال الرسمى وغير الرسمى بين الباحثين والعلماء وطالبى العلم⁽³⁾.

هذا فعلى الرغم من أن الخصائص التقنية (لغات تطوير وبرمجة المواقع) التى تعتمد عليها تلك الشبكات في بنائها متشابهة - إلا أن المسارات الثقافية ذات الطابع التقنى (التطبيقات APIs) المرتبطة بجذب الأفراد لتلك الشبكات متنوعة. فهناك الكثير من المواقع العامة تحولت إلى شبكات للتواصل الاجتماعى لتتلائم مع ما فرضه التطور التكنولوجى والتواصل الجديـد، كما أن هناك مواقع تساعد الغرباء على الاتصال ببعضهم معتمدة على الاهتمامات المشتركة، الأنشطة، الميول السياسية...إلخ، وهناك شبكات تجذب الأشخاص الناطقين بلغة مشتركة، ومتشابهى الديانة والجنسية. كما تتنوع الشبكات في هيكله بنيتها التقنية فهناك شبكات تمزج الوسائل التقنيات المستحدثة مثل دمج خدمات الموبايل مع الشبكة، المدونات، مشاركة ملفات الصور والفيديو⁽⁴⁾.

ولعل المفارقة في أن الشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت من حيث كونها ظاهرة حديثة تعكس مجتمعات شبكية افتراضية ليست بالظاهرة الحديثة ؛ حيث تصور كثيرون إنها ظهرت وكشفت عن خدماتها عام 1997 بظهور شبكة Sixdegree.com الشهيرة التى أُعتبرت الأب الروحى لتطور ونمو الشبكات الاجتماعية، حيث تبلورت فلسفة تصميمها في إثبات وتحقيق

نظرية عرفت قديماً باسم (الانفصال ذى الدرجات الست) *Six Degrees of Separation* التى افترضت بأن العالم قرية صغيرة نسبياً (Small world) يستطيع أى فرد فى هذا الكوكب أن يتصل بغيره عبر سلسلة من الوسطاء أو المعارف لا تتعدى ستة أشخاص، حيث استطاعت الشبكة أن تعكس النظرية - التى طبقت فى المجتمعات الواقعية - فى العالم الافتراضى أو المجتمعات الافتراضية.

هذا وقد حظيت تلك النظرية - التى كانت ومازالت مصدراً لإلهام جميع الشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت - بالكثير من الدراسات من قبل علماء الاجتماع وعلم النفس الاجتماعى فى أوائل القرن العشرين، والمشتغلين بعلوم الرياضيات والحاسبات فى منتصف القرن العشرين. وبعد ظهور ما عرف بالشبكة العنكبوتية وضخامة حجم الوثائق المنشور بها وزخم المعلومات بها ؛ كان لزاماً على العلماء أن يُعيدوا النظر من جديد إلى دراسة النظرية ومعرفة الترابط والاتصال الذى ينشأ فى بيئة الويب والموضوعات المرتبطة بتحليل الشبكات العنكبوتية، وتحليل الروابط الفائقة، والروابط المتصلة بنظم الاستشهادات المرجعية الإلكترونية.

2/2 تعريف الشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت :

Online Social Networks Definition :

قبل تناول تاريخ الشبكات الاجتماعية على الإنترنت كان لزاماً أن نعرض شيئاً من التعريفات التى صاغها الباحثين والمؤلفين المهتمين بذلك الموضوع، فعلى الرغم من التشابه الملحوظ بين التعريفات فى خصائصها ومضمونها، إلا أننا سوف نستعرض أهم التعريفات التى ظهرت فى أدبيات الموضوع :

(1) عَرَفَ معجم مصطلحات المكتبات والمعلومات المتاح على الخط المباشر والمعروف بـ ODLIS

الشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت SNS بأنها " تلك الخدمات الإلكترونية المتاحة على

الويب والتي صممت بغرض تمكين أعضائها من انشاء حسابات شخصية Accounts لهم سواء

كانت تلك الحسابات لأشخاص أو منظمات، وتتم عملية الاتصال بين الأفراد بغرض التواصل،

التعاون، مشاركة المحتويات بينهم. هذا وتسمح معظم الشبكات إتاحة خدماتها للأعضاء

المشاركين بها فقط، حيث يستطيع الفرد بمجرد التسجيل أن ينشئ قائمة بأصدقائه Friends

List أو جماعات Groups ينتمى إليها. ومن أشهر الشبكات التي تمثل تلك الفئة شبكة بيبو

Bebo، الفيسبوك Facebook، ماي سبيس Myspace، تويتر⁽⁵⁾ Twitter.

(2) وعرفتها الموسوعة البريطانية " بأنها مواقع مجتمعية تشاركية يتشارك فيها أعضائها في الحياة

الاجتماعية والتواصل الاجتماعي لإقامة روابط اجتماعية وثيقة، حيث يتم التفاعل بينهم عبر

قنوات اتصال مختلفة تتمثل في الرسائل الفورية، مشاركة المعلومات وبعض وسائل الاتصال

الأخرى ليعبر كل فرد عما بداخله بحرية دون قيود مفروضه عليه⁽⁶⁾.

(3) وعرفها الإتحاد الأمريكي للتسويق بأنها " تلك الشبكات الاجتماعية المتاحة على الويب والتي

تمهد الطريق للأفراد والجماعات في إنشاء حساب شخصي لهم ومشاركته بين الأعضاء الآخرين،

بحيث يقع على عاتق الشبكة إتاحة سبل مختلفة للمستخدمين تمكنهم من التواصل عبر

الرسائل الفورية، غرف الدردشة، البريد الإلكتروني، المدونات، مشاركة الملفات، وملفات الفيديو

، جماعات النقاش ... إلخ " ⁽⁷⁾.

4) وقد أشارت أمانى مجاهد نقلاً عن الساحلى أن مصطلح الشبكات الاجتماعية هو " مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثانى للويب وتتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضى يجمعهم إهتمام مشترك، كأن يكون إنتماء بلد - جامعة - شركة... وغيرها. ويتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسائل الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التى يسمحون بإتاحتها للعرض"⁽⁸⁾.

5) عرف كلاً من بويد وإيلسون Boyd and Ellison الشبكات الاجتماعية بأنها " تلك الخدمات التى تركز على الويب بشكل أساسى حيث تسمح للمستخدمين من تلك الشبكات بإنشاء حساب شخصى لهم، وبناء قائمة بالمستخدمين الآخرين لتلك الشبكات بحيث يمكن المشاركة معهم والاتصال بهم. ويمكن تبادل تلك القائمة بين أقرانهم وبين الأنظمة المختلفة "⁽⁹⁾.

6) وقد عرف ليونرد Leonard بأنها : " أماكن للتجمع على الخط المباشر تشجع أعضائها على إنشاء شبكات من أصدقائهم ومعارفهم "⁽¹⁰⁾.

7) كما أشار ليونيل Lionel بأنها " تلك المجتمعات على الخط المباشر التى تقوم بدعم الاتصال بين الأفراد عن طريق شبكات من الأصدقاء الموثوق بهم، وتقدم مكاناً لتجمع الأفراد على الخط المباشر وإقامة علاقات جديدة، وللتعرف على أفراد آخرين في نفس مجال عملهم"⁽¹¹⁾.

8) وقد اشار راسل Russell إلى أن " الشبكات الاجتماعية هى تلك المواقع التى تمكن الأفراد من إنشاء شبكات إتصال بأفراد آخرين، وعلى الرغم من أنها شبكات اجتماعية إلا أن الأفراد يمكن أن يتبادلوا الاتصال فيما

بينهم لأسباب شخصية أو مهنية سواء كانوا على معرفة ببعضهم أم لا " (12).

(9) وقد عرف محمود عبد الستار خليفة الشبكات الاجتماعية بأنها " مواقع تشكل مجتمعات إلكترونية ضخمة وتقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات والوسائل المقدمة مثل التعارف والصدقة، والمراسلة، والمحادثة الفورية، وإنشاء مجموعات اهتمام وصفحات للأفراد والمؤسسات، والمشاركة في الأحداث والمناسبات، ومشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور والفيديو، والبرمجيات " (13).

وبعد هذا العرض الموجز لتعريف الشبكات الاجتماعية نستخلص أن تلك التعريفات يجمعها عناصر متشابهة وهي :

أولاً : الإرتكاز على شبكة الويب : حيث أن ما يفرق بين الشبكات الاجتماعية التقليدية وبين نظيرتها الإلكترونية أو التي تتشكل فيما يعرف بالواقع أو المجتمع الافتراضي أن الأخيرة تعمل في منصة Platform بيئة الويب.

ثانياً : المجتمعية والتشاركية : فالكل يتشارك ويتبادل المعلومات أيًا كانت نوعها (إعلامية - ثقافية - تعليمية - علمية - ترفيهية) بأشكال وصيغ مختلفة (ملفات نصية- ملفات فيديو - ملفات صوتية - صور - كتب وافية معلومات ... إلخ).

ثالثاً : الخدمية : هذه الشبكات ذات طابع خدمي في الأساس لا يعتمد معظمها على الربح فاشترك الأعضاء داخل الشبكة يتم بشكل مجاني، ولجنى الأرباح فهناك طرق أخرى تسلكها تلك الشبكات إما عن طريق الدعاية

والإعلان للسلع الخاصة بالشركات والمنظمات، أو، من خلال التطبيقات APs التى دخلت عالم الشبكات بحلول عام 2008 .

رابعاً : التواصل : هذه الشبكات هدفت منذ إنشائها في جعل العالم قرية صغيرة مستلهمة فكرتها من نظرية (الانفصال ذى الدرجات الست) بحيث يستطيع كل فرد منا أن ينشئ صداقات مختلفة مع آخرين دون التقيد باحدود الجغرافية، أو، الحدود اللغوية، أو، التخصصى الموضوعى، أو، السن.

خامساً : دعم عملية التواصل : هذه الشبكات من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية، وذلك من خلال مجموعة من الخدمات أبرزها خدمة الحساب الشخصى، إنشاء قوائم للأصدقاء، كتابة التعليقات، إبداء الإعجاب، وسم الأصدقاء، إرسال الرسائل الخاصة، المحادثة الفورية، إنشاء مجموعات إهتمام مشترك، صفحات للأفراد والمؤسسات، المشاركة في الفاعليات والمناسبات، مشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور والفيديو.

3/2 مواقع المشاركة المجتمعية (1996 – 1995) Community Sites :

يمكن تأريخ ظهور مواقع المشاركة المجتمعية إلى عام 1995 أى بعد عامين من ظهور متصفح الويب الشهير موزايك " Mosaic " حيث إن بساطة واجهة استخدامه، وسهولة تثبيته، واعتمادية نظامه هو ما جعله متاحاً على نطاق واسع. كما يعتبر ذلك المتصفح أول متصفح يدعم خاصية مزج المحتوى النصى بالصور والرسومات والوسائط المتعددة. وبذلك فهو يمثل البداية الأولى لظهور المتصفحات التى تدعم المواقع المرئية، حيث أدى ظهوره إلى نشوء ما يعرف بمواقع المشاركة المجتمعية وعرفت بذلك الاسم

نظراً لأن هدفها هو تكوين مجتمعات تخيلية تحاكي المجتمعات الحقيقية عن طريق تقريب الأشخاص مع بعضهم البعض بغرض الزواج. وتلك المواقع دورها مثل (الخطبة) التي تقوم بإيجاد شريك الحياه مرتكزه على التوافق بين الأشخاص من حيث الاهتمامات المشتركة، المستوى الاجتماعي والوظيفي، الفئة العمرية ... إلخ، ولم تكن تهدف في بنائها إلى تكوين تواصل اجتماعي بين الأشخاص وتبادل المعلومات والخبرات. ويمثل موقع ماتش match.com الذي ظهر في 21 ابريل 1995 - بعد عامين من ظهور المتصفح الشهير موزايك - على يد مصممه جيرى كيرمان (Gary Kremen) أول محاولة يمكن أن ينسب إليها تأريخ جذور مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت الذي اعتُبر واحداً من المواقع الرائدة التي تهدف إلى التعارف والتقارب بين الأفراد في مختلف دول العالم بغية الزواج، وسبب جعله رائداً ليس بسبب إتاحتها فرص الزواج بين أولئك الأفراد الذين لاستطيعون إيجاد شريك حياتهم بسهولة فحسب، ولكن لتغطيته 24 دولة على مستوى العالم ناطقة بـ 15 لغة مختلفة، وتكمن فلسفة استخدامه في إعطاء فرصة لمستخدميه في التعبير عن أنفسهم بدون أية قيود، فبمجرد أن يشترك الفرد بالموقع يمتلك حساب شخصي Profile خاص به يستطيع من خلاله أن يضع صورة شخصية له وأن يسجل اهتماماته المختلفة وهواياته ثم يقوم الموقع آلياً بعمل مضاهاه بينه وبين الأشخاص المناسبين له⁽¹⁴⁾.

وفي هذا السياق يجب التأكيد على أن موقع ماتش يمثل أول محاولة لما يعرف بمواقع الشبكات الاجتماعية إلا أن ذلك الموقع لا يمثل تلك الفئة تمثيلاً دقيقاً بالمعنى المستخدم في وقتنا الحالى ذلك لأنه لا يسمح بالتفاعل بين مستخدميه ومشاركة المعلومات بينهم مباشرة على الموقع فالاتصال

والمشاركة المعلوماتية تتم من خلال إرسال رسائل البريد الإلكتروني، ومن المواقع الشهيرة في تلك الفترة موقعي كلاسمتس، ستوديونت student.com and classmates.com .

4/2 الشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت (SNSs):

إن العلاقات الاجتماعية تعد شيئاً حاسماً وضرورياً في مراحل تطور حياة البشر، فمن الطبيعي أن يشعر الإنسان بخلل ما في حياته عندما لا يستطيع التواصل مع الآخرين، ومع دخول التقنيات الحديثة وتعامل الإنسان مع أجهزة الحاسب الآلي أكثر من تعاملهم مع بعضهم البعض ؛ ونشأت معاناة نفسية وفجوات اجتماعية تمثلت في انغلاق سلوكيات الشعوب وخاصة الذين يتمتعون بطبيعة اجتماعية أكثر من غيرهم، ثم جاءت المجتمعات الافتراضية عامة والشبكات الاجتماعية خاصة لتقريب تلك الفجوة الاجتماعية ولتحقيق غرض التواصل على مستوى تقنية شبكة الإنترنت وإعادة تقريب المجتمعات في نسيج متكامل ؛ عن طريق سد احتياجات الأفراد من خلال بناء العلاقات وإعادة التواصل فيما بينهم خلال مراحل العمر المختلفة⁽¹⁵⁾ .

هذا وقد ظهرت الشبكات الاجتماعية لأول مرة عام 1997 ولكن سرعان ما طورت من خصائصها وأصبحت ذائعة الصيت والانتشار بحلول عام 2004 أى قبل انطلاق تطبيقات وتقنيات الجيل الثانى من الويب. إلا أن تلك الشبكات نسبت تقنياتها إلى شبكة الويب 2.0 لارتكازها على نفس الإمكانيات والتطبيقات والبرمجيات المتطورة المتاحة في بيئة الويب 2.0. ومع ظهور ما يعرف بالويب 2.0 فقد رافقه تغير جذرى تمثل في إعادة

تشكيل مستقبل الشبكة العنكبوتية من ناحية هيكلها وتصميمها وخصائصها، وإعادة توجيه سلوك المستفيد النهائي End-users في استخدامه لمواقع الإنترنت فأصبح أكثر تفاعلاً وإثراءً للمحتوى وإهتماماً به. أيضاً مع الاستخدام المتزايد لتلك المواقع إلى الحد الذي جذبت ملايين الأشخاص يومياً فقد أطلق على تلك المواقع متزاخرة الاستخدام - في أوساط المهتمين بشبكة الإنترنت وتقنياتها - مصطلح " التطبيق الكاسح Killer Application"^(١٦) " الذي مثل إمتداداً طبيعياً لتطبيقات الويب التي لها القدرة على إنشاء وإدارة علاقات واضحة ومحددة بين مستخدميها⁽¹⁶⁾.

وبشكل عام تقوم تلك الشبكات التي تعتمد على توظيف خدمات وخصائص الشبكات الاجتماعية على حقيقة أن مستخدمى الإنترنت دائمى السعى والبحث عن أصدقاء جدد يدرجونهم في شبكة علاقاتهم الاجتماعية - وفقاً لنظريات علم الاجتماع السالف ذكرها - أو التواصل مع أصدقائهم بقدر المستطاع ؛ لذا من الطبيعى أن يستقبل البعض دعوات للتعارف من قبل آخرين لا يعرفونهم وذلك من خلال تلك المواقع التى تقدم خدمات تدعيم وتكوين شبكات اجتماعية. وتعتمد تلك المواقع بشكل رئيسى على الاستفادة من تفاعلية شبكة الإنترنت كوسيلة اتصال، فهى تقوم على إنشاء شبكات اجتماعية من المتكردين عليها من أنحاء العالم، حيث تسمح هذه المواقع لأعضائها بأن يقدموا لمحة عن أنفسهم بالشكل المناسب لهم، ويعبروا عن آرائهم وأفكارهم

^(١٦) ظهر مصطلح Killer application لأول مرة بعد صدور برنامج Lotus1-2-3 بسبب الإقبال المتزايد على شراءه. هذا وقد عرف موقع dictionary.com مصطلح (Killer application) بأنه ذلك المصطلح الذي يطلق على البرنامج أوالتطبيق الذي يواكب تصميمه وظهوره ضجة كبيرة حيث يعتبر مفيداً بين المستخدمين ويكثر استخدامه ، كما يعتبر تطبيق فائق التصميم ومنصة لكل المتنافسين في صناعة البرمجيات وتطوير الويب مثل : البريد الإلكتروني الذي يعتبر تطبيق مهيمن Killer application في عصره.

للآخرين وأن ينضموا لجماعات وشبكات اجتماعية تربطهم بمن يتفوقون معهم في اهتماماتهم وما إلى ذلك⁽¹⁷⁾.

وتركز هذه المواقع على عملية بناء وتدعيم العلاقات الاجتماعية المتبادلة عبر الإنترنت بين جماعات من الأفراد ممن يتشاركون في اهتمامات متشابهة، أو لديهم أنشطة مشتركة يقومون بها أو ممن يستهوهم استكشاف اهتمامات آخرين كانوا يعرفونهم من قبل في الواقع الفعلي، أو يسعون لتكوين معارف وصدقات جديدة. لذلك فهي تساعد على تدعيم وتعزيز أشكال من العلاقات والروابط الاجتماعية الموجودة بالفعل إلى جانب المساهمة في خلق روابط ووصلات اجتماعية جديدة⁽¹⁸⁾.

لذا فقد انتشرت الشبكات الاجتماعية على نطاق واسع لما لها من خصائص تقنية فريدة تميزها عن باقي المواقع المتاحة على الخط المباشر، حيث يستطيع أى شخص الاستفادة من تلك الخصائص عن طريق الاشتراك بتلك المواقع وإنشاء ما يعرف بـ(الحساب الشخصي Account) الذي يُمكنه من عرض قائمة الأصدقاء الموصولين به. ويعتبر الحساب الشخصي خاصية فريدة لكل مستخدم يستطيع من خلاله " كتابة كلمة أو جملة تعبر عن كينونته، " وبعد الولوج إلى الموقع يتطلب من المستخدم ملء مجموعة من البيانات في شكل سلسلة من الإستفسارات تدخل ضمن إطار التسجيل، وبمجرد الانتهاء من الإجابة على هذه الإستفسارات يقوم الموقع بتبويب تلك الإجابات داخل الحساب الشخصي ومن هذه الاسئلة : الاسم، العمر، النوع، مكان الميلاد، البريد الإلكتروني، الاهتمامات ... إلخ. وتشجع معظم المواقع أعضائها في رفع صورهم الشخصية، كما تسمح بعض المواقع للأعضاء في تحسين حساباتهم الشخصية عن طريق إضافة وسائط متعددة أو تغيير نمط أو تصميم

واجهة حسابهم ليعكس ما بداخلهم مثل الفيسبوك الذي يسمح للمستخدمين بإضافة نوع من النماذج (تطبيقات) يساعد على إضفاء نوع من التنسيقات والأشكال والألوان الخلاقة على واجهة الاستخدام⁽¹⁹⁾.

ويعد التنوع الهيكلي في عرض (قوائم الأصدقاء والزوار) وإتاحة (المحتوى الشبكي) يمثل إحدى الموضوعات الهامة المتعلقة بمواقع الشبكات الاجتماعية في الآونة الأخيرة نظراً لكثرة انتشار تلك المواقع وإختلاف اللغات البرمجية المستخدمة في بناء تلك الشبكات ؛ فقد تنوعت طرق عرض الحسابات الشخصية إما من خلال ضبط الإعدادات المثبتة بالموقع نفسه أو من خلال حرية تصرف الأعضاء أنفسهم. وافترضاً فإن الحسابات الشخصية المنشأة على موقعي مثل فريندستر Friendster، ترايب tribe.net يمكن أن تعرض للجميع سواء لأولئك الذين يمتلكون حسابات شخصية أو لا وذلك من خلال استخدام محركات البحث. وعلى عكس ذلك نجد ان موقع لينكيدإن LinkedIn يتمتع بدرجة كبيرة من التحكم فيما يعرض حيث يوفر للأعضاء خاصية عرض وإتاحة حساباتهم الشخصية من عدمه. أيضاً يسمح موقع ماي سبيس Myspace لزواره باختيار عرض الحساب الشخصي بشكل عام أو أن ينحصر عرضه للأصدقاء فقط. أما بالنسبة لشبكة الفيسبوك Facebook فنجدها تستخدم عدة أساليب تتنوع من حرية إتاحة الحسابات الشخصية إما على المستوى العام أو المستوى الشخصي. وبمجرد الاشتراك في إحدى مواقع الشبكات الاجتماعية، يقوم الأعضاء بترقية حساباتهم الشخصية داخل منظومة الشبكات الاجتماعية عن طريق إدراج أولئك الأفراد الذين تربطهم علاقات اجتماعية بينهم. هذا وتعرف تلك الخاصية بأكثر من اسم (Friends، Fans، Contacts) فعلى الرغم من أن مصطلح (الأصدقاء

Friends) مزل ؛ إلا أنه الأكثر استخدامًا وانتشارًا في تلك المواقع. كما تتطلب معظم مواقع الشبكات الاجتماعية إتجاه ثنائي لتأكيد الصداقة بين الشخص الذي يرسل طلب الصداقة وبين الآخر الذي يقوم بتأكيدها والموافقه عليها أو رفضها وتجاهلها⁽²⁰⁾.

وبالحديث عن مراحل تطور الشبكات الاجتماعية في الفضاء المعلوماتي، ينبغي أن نكون على دراية بأن مواقع الشبكات الاجتماعية أو التواصل الاجتماعي تجاوز عددها المئات، لذا يكفيننا أن نستعرض المواقع الرئيسية التي أثرت بشكل كبير في ظهور وتطور تلك المواقع.

هذا وقد يمكننا تقسيم مراحل الشبكات الاجتماعية إلى مرحلتين أساسيتين بدءًا من التأسيس العالمي إلى المردود المحلي، فالتفاعلات تتم على خلفية السياق العالمي، وتتبلور متغيراتها على الصعيد المحلي ويمكن عرض المرحلتين في التالي⁽²¹⁾ :

1/4/2 مواقع الشبكات الاجتماعية الأجنبية Social Networks Sites Foreign

أولاً : المرحلة الأولى : الموجه الأولى المتزامنة مع الويب 1 (1997- 2003) :

هي تلك الشبكات التي اعتمدت على الآليات والبرمجيات المتضمنة بالويب 1 والتي لاتعطى مساحة كافية لمستخدميها بالمشاركة والتفاعلية في المحتوى. وكما هو واضح من الشكل (9) - من تصميم المؤلف - الذي يمثل مواقع المرحلة الأولى أن موقع سيكس ديجريز SixDegrees.com، ماي سبيس، فريندستر Friendster ، بلاك بلانيت BlackPlanet تعتبر أبرز تلك

النماذج لمثل هذه المرحلة، وإن كانت قد طورت من نفسها عند ظهور الويب 2 لتلحق ركب التقنيات الحديثة. ولعل المفارقة هنا أن تلك الشبكات لم تظهر في ثوب الشبكات الاجتماعية في بادئ الأمر فعلى، سبيل المثال موقع ظهر كيوكيو QQ كخدمة للرسائل الفورية، وموقع لونرستورم Lunarstorm أنشئ لتدعيم المشاركة المجتمعية، سى ورد Cyworld كمنتدى عام يخدم المجتمع الكورى، كما ظهرت مواقع مثل بلاك بلانيت BlackPlanet، مجنيت MiGente، وموقع آسيا AsianAvenue كمواقع تخدم نطاق جغرافي معين في بدايتها ثم أسرعت في تطوير خصائصها وتطبيقاتها لتندمج مع خصائص وهياكل الشبكات الاجتماعية في الفترة من 2005 حتى 2006 لتظهر كمواقع شبكية⁽²²⁾.



شكل (9) مواقع المرحلة الأولى للشبكات الاجتماعية

ظهر موقع سيكس ديجريز للوجود عام 1997 على يد مصممه أندرو واينزادج Andrew Weinreich الذي يعتبر النواة الأولى الحقيقية لما يعرف بمواقع الشبكات الاجتماعية على الخط المباشر بمفهومنا الحديث، حيث سارع مستخدمى الإنترنت حينئذ في الولوج إلى الموقع وبادروا في التسجيل فيه

حتى يصبحوا أعضاءًا من خلال تسجيل معلوماتهم الشخصية عبر إدراج (الاسم، البريد الإلكتروني، ومعلومات شخصية أخرى) ليكون لهم حرية التصفح بداخل الموقع والتمتع بمزاياه والبحث عن الأعضاء المتواجدين بالموقع وإلتماس صداقتهم وتكوين علاقات اجتماعية جديدة أو ما يعرف بشبكة المعارف. هذا وقد طور موقع سيكس ديجريز من نفسه معتمدًا على إتاحة عدة أدوات تساعد الأشخاص في الاتصال بأصدقائهم مباشرة ومن أبرزها أداة التصفح ومتابعة قوائم الأصدقاء Friends List وهذه الآداة كانت موجودة بالفعل قبل ظهور الموقع من خلال موقعي آي سي كيو، آيه آي آم AIM & ICQ buddy ، كما أتاح الموقع عرض صورة المستخدم الشخصية، فضلاً عن خاصية الرسائل غير المباشرة Offline. وبالرغم من اكتساب الموقع شهرة واسعة إلا أن هناك عدة عوامل كانت وراء انسحابه من الفضاء الشبكي تمثلت في :

- (أ) القصور الشديد في عمليات البحث داخل الموقع وعدم تقديم نتائج بحث ذات صلة⁽²³⁾.
- (ب) قلة الموارد المالية للموقع ؛ بسبب عدم قدرة اندرو وايزادج على استثمار الموقع في الأنشطة التي تُدر الأرباح كالدعاية والإعلانات والتسويق الشبكي.
- (ج) النقص الشديد في الخدمات والأنشطة مثل التدوين Blogging، مشاركة الصور والأفلام Videos and Photos Share والتي تعتبر جزءًا أساسيًا من خدمات الشبكات الاجتماعية في يومنا هذا⁽²⁴⁾.

وللأسباب سالفة الذكر لم تستطع الشبكة أن تتكيف وتواكب احتياجات أعضائها. وبمضى أربع سنوات من عمل الموقع الذي بلغ عدد أعضائه ثلاثة

ملايين عضو فقد أعلن الموقع عن مساعيه لغلق أبوابه في عام 2000. حيث جاء فحوى رسالة الإغلاق " نشكر أعضائنا الكرام بجعل موقع sixdegree مكان نابض بالحياة بين أولئك الشعراء، الموسيقيين، الرياضيين، الأمهات، الفنانين، عشاق السينما، المحامون، وكل الفئات الأخرى ؛ فبكم قد تزايد عدد الموقع من 7 أشخاص إلى ثلاثة ملايين عضو، فمن خلال اشتراككم بهذا الموقع نكون قد استطعنا أن نثبت بأن الشخص يمكن أن يتصل بغيره عبر 6 ستة وسطاء أو أقل من ذلك، فجميعنا نجعل العالم صغير ومحدود، ونتمنى بأن تكون قد قضيت وقتاً سعيداً وقابلت أشخاص لطفاء من خلال تعاملكم معنا"⁽²⁵⁾.

وخلاصة القول يتبين لنا أن موقع سيكس ديجريز يعتبر شبكة اجتماعية أعدت بشكل مبسط مفتقرة لخدمات وتطبيقات تفاعلية ؛ ونتيجة لذلك فقد قوبلت بشكاوى من قبل أعضائها تعكس إنزعاجهم لقلّة الخدمات والأنشطة المقدمة لهم، ولأن الموقع لم يكن باستطاعته تحسين خدماته لقلّة موارده المالية فقد أغلق الموقع في ديسمبر عام 2000.

وفي عام 1998 ظهر موقع كير2 Care2.com على يد مصممه راندى بنتر Randy Paynter الذي أراد رؤية العالم مكاناً لحياة أفضل يتمتع فيه الأشخاص بصحة جيدة بالعودة إلى الطبيعة الخضراء وتجنب ما هو ضار بصحة الإنسان ؛ لذا فقد قرر راندى بنتر أن يترجم أفكاره في صورة شبكة يجتمع فيها الأشخاص من جميع أنحاء العالم ليتبادلوا فيها الآراء والمعلومات التي تهتم بالصحة العامة وإعادة التوازن مرة أخرى للبيئة والمحافظة عليها، وتوعية الإنسان بشكل دائم بالمسؤوليات والواجبات التي تقع على عاتقه في المحافظة على البيئة وعناصرها. هذا وقد أتاح الموقع عدة خصائص لأعضائه تمثلت في :

أ- إتاحة الحسابات الشخصية للأعضاء والمنظمات ليتسنى لهم المشابكة الاجتماعية مع أقرانهم متى قدر لهم ذلك.

ب- خدمة الإستغاثات الإنسانية Petitions حيث يستطيع كل فرد أن يقوم بملئ ما يسمى " بعريضة الاستغاثات الإنسانية " يعرض بها السليبات التي انتشرت في مجتمعه وكيفية التخلص منها، وأهم الموضوعات التي تحتاج للمناقشات السريعة.

ج- التبرع بالنقر Click-to-Donate حيث يستطيع أى شخص أن يقوم بالتبرعات الخيرية مجاناً دون تحمل أية أموال، حيث يتم ذلك بمجرد النقر على الشيء الذي يحتاج إلى دعم مالى بحيث تقوم الشركات الراعية للموقع بحساب عدد النقرات التي قام بها الأعضاء على الموضوعات الإنسانية التي تحتاج لدعم إنسانى أو مالى ثم تتكفل بها.

د- بطاقات المعايدة المجانية للأعضاء Free E-Cards .

هـ- مشاركة الصور والملفات النصية بين الأعضاء.

و- إرسال النشرات الإخبارية من المجلات والصحف إلى الأعضاء والتي تهتم بموضوعات مثل البيئة وحقوق الإنسان⁽²⁶⁾.

هذا وقد استطاع الموقع الذي يعمل به 50 موظفًا أن يرتقى بعدد أعضائه من 9 مليون عضو في عام 1998 ليصبح عدد المشتركين فيه 15 مليون في غضون عام 2012 على مستوى العالم⁽²⁷⁾.

وفي نفس العام (1998) ظهر موقعين آخرين هما فوتكى Fotki ،

اوبين ديري Open Diary إلا إنهما لم يحظيا بالقبول والاستخدام من قبل

مستخدمى الإنترنت كمواقع للتشابك الاجتماعي. فقد شهد الأول حوالى 1.6

مليون مشترك، أما الثاني إلى جانب أنه يميل إلى مواقع المدونات أكثر منه إلى المشابكة الاجتماعية فقد بلغ عدد أعضائه 5 مليون عضو في ذلك الوقت.

وفي عام 2000 ظهرت شبكة لايف جورنال Livejournal كأول منصة مجتمعية للتدوين المجتمعي المجاني؛ حيث أتاحت تلك الشبكة لكل مستفيد حساب شخصي يعرض من خلاله آراؤه وأفكاره وإتجاهاته وحياته الاجتماعية التي يمر بها يوميًا. ونظرًا لنجاح تلك الشبكة فقد تنافست مع شبكة بلوج سبوت بلوجر Blogger، حيث جمعت تلك الشبكة في خصائصها وخدماتها بين المدونات من ناحية والشبكات الاجتماعية من ناحية أخرى⁽²⁸⁾.

أما على المستوى الجغرافي فقد ظهرت مواقع تغطي أماكن معينة أو أشخاص ينتمون إلى أجناس عرقية محددة، ولعل موقع بلاك بلانت والذي ظهر في عام 1999 خير مثال على ذلك، فقد نشأ الموقع في الأساس لخدمة مواطنوا أمريكا ذو الأصول الأفريقية، حيث نجح الموقع في استقطاب ملايين من الأعضاء من مختلف الأعمار في أماكن مختلفة⁽²⁹⁾.

ثم ظهر موقع لونسورم الذي يعد أكبر بوابة افتراضية مجتمعية متاحة على الإنترنت تجذب الشعب السويدي مع التركيز على فئة الشباب. فقد مثل 80% من المتكردين على الموقع فئات بلغت أعمارهم ما بين 12 - 24 عام.⁽³⁰⁾ هذا وقد وصل عدد أعضاء الموقع النشطين 1.2 مليون عضو في عام 2006 منهم 70% يتراوح أعمارهم ما بين 16 حتى 24 فضلاً عن 400 ألف زائر يوميًا. كما أن 85% من شباب المجتمع السويدي يزور الموقع مرة على الأقل أسبوعياً و29% منهم يوميًا. وبحلول عام 2009 إرتفعت نسبة التغطية لتشمل 85% من السويدين⁽³¹⁾.

هذا ويوفر موقع آسيا asianave.com بيئة افتراضية تفاعلية للاتصال مع العرق الآسيوي في جميع أنحاء العالم عن طريق ما يقدمه من خدمات مثل : الدردشة، نشر الصور، ومقاطع الفيديو، ومشاركة الآراء، والبحث عن الأمريكيان ذو الأصول الآسيوية الذين يهتمون بالمواضيع والرياضة، والاحداث، ومتابعة التجارة والاعمال، والاتجاهات السياسية فيعد ذلك الموقع مجتمع افتراضي ضخم يهتم بالصينيين، اليابانيين، الكوريين، الفيتناميين، الهنود والعائلات الأمريكية ذو الأصول الآسيوية⁽³²⁾.

وفي أكتوبر عام 2000 ظهر موقع مجاني MiGente ليخدم أولئك المنتمين إلى أمريكا اللاتينية والناطقين باللغة الانجليزية حيث شهد الموقع إقبال ما يزيد عن 500 ألف مشترك في أول عامين لظهوره ثم تزايدت النسبة لتتخطى 2.5 مليون ونصف زائر بحلول عام 2008. ويهدف الموقع إلى توثيق الصلة بين المنتمين لأمريكا اللاتينية من خلال إنشاء صداقات جديدة بينهم وإتاحة فرص الزواج والتواصل الدائم ؛ أما بالنسبة لخدمات الموقع فيتيح الموقع مشاركة الأغاني والفيديو، والإعلان عن الوظائف، وخدمات الدردشة، ونشر الاهتمامات⁽³³⁾.

وفي عام 2001 ظهر موقع سي ورلد Cyworld* على يد فريق عمل من طلبة السنة النهائية بالمعهد الكوري للتقنية والعلوم، حيث انحصرت أهدافهم في إنشاء موقع للتواصل الاجتماعي يهتم بخدمة مجتمعات كوريا الجنوبية.⁽³⁴⁾ وفي أوائل عام 2001 جذبت تلك الشبكة الأنظار إليها من جانب المجتمع الكوري الجنوبي إلى أن وصل عدد مستخدميها إلى 15 مليون شخص في نوفمبر 2006 ليقفز العدد إلى 21 مليون مشترك في منتصف عام

* في اللغة الكورية يستخدم المقطع "Cy" للإشارة إلى كلمة " العلاقات Relations " لذا فإن مصطلح Cyworld يستخدم للدلالة عن عالم متشابك من العلاقات المتجانسة.

2007 بخلاف زائريها ، ويعد ذلك المؤشر المتزايد في عدد المشتركين إنعكاس لمدى أهمية مواقع الشبكات الاجتماعية كجزء من العلاقات المتشابكة في الفضاء الكوني، وتتم آلية إشترك الأعضاء داخل الموقع عن طريق إنشاء صفحة رئيسية تسمى المسكن الافتراضي (Minihompy) وهذا المسكن يحاكي الواقع تمامًا، حيث يستطيع كل شخص أن يجمل مسكنه من خلال صنع ديكورات للشقة، وشراء الآثاث، والأجهزة الكهربائية، وإقتناء بعض التحف الصغيرة مستخدماً خدمة الدفع الإلكتروني، وزيارة مساكن أصدقائه المتصلين به على نفس الموقع. وقد إستطاع موقع سي ورلد للتواصل الاجتماعي - من خلال خدمة الدفع الإلكتروني - أن يجنى أرباح تقدر بـ56 مليون دولار أمريكي في عام 2007 وتمثل تلك الأرباح نسبة 70% من إيراداته والباقي من خلال الإعلانات وخدمة الموبايل⁽³⁵⁾. هذا ومراجعة تحليل موقع اليكسا Alexa فقد تبين ان مستخدمى الموقع يقوموا بتحميل أكثر من 50 ألف فيديو، و5 مليون صورة يومياً.

وفي عام 2001 ظهر موقع ريزى Ryze.com الذي أنشئ خصيصاً للأغراض المهنية من خلال مساعدة الأشخاص على الاستفادة من شبكات الأعمال التجارية، حيث قرر مسئول الموقع تقديم موقع لأصدقائه لى يتواصلوا مع بعضهم البعض وجعل الأولوية لمجتمع سان فرانسيسكو للأعمال التجارية والتكنولوجية. حيث أشتمل على رجال الأعمال والمستثمرون إلا ان الموقع لم يحظ بالانتشار والنجاح المرجو من تصميمه حيث إنتقلت أنظار مستخدمى مواقع الإنترنت إلى مواقع أخرى ذات صلة بالأعمال التجارية مثل موقعى تريبي Tribe.net، لينكيدإن LinkedIn اللذان ينتميان إلى فئة الشبكات المهنية والتجارية⁽³⁶⁾.

وفي عام 2002 إنطلق موقع فريندستر Friendster على يد مصممه جواناثان أبرامز Jonathan Abrams كنسخة تجريبية ليشكل نقطة تحول هامة في مواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت وإلهاماً لبعض المواقع الشهيرة مثل ماي سبيس Myspace.com وغيرها. وبسبب ما شهده من نجاح منقطع النظير فقد أصبح نموذج للشبكة الاجتماعية الحديثة. هذا وقد ظهر كشكل من أشكال الاتصال الجماعي حيث صمم ليتنافس في تطبيقاته وخدماته مع موقع Match.com الذي يقوم بمضاهاه ذوي الاهتمامات المشتركة مع بعضهم البعض بغية صنع علاقات عاطفية بغرض الزواج، فضلاً عن مساعدة الأعضاء في التعرف على أصدقاء جدد وإنشاء اتصال فيما بينهم.⁽³⁷⁾ وقد ارتفعت شعبية موقع فريندستر في عام 2004 لتمكنه من تحقيق ما يقرب من 5 مليون حساب شخصي معظمهم من التيارات الفكرية والمشتغلين بالصحافة. حتى بدأت وسائل الإعلام وخاصة الصحف العامة والمجلات بالتحدث عنه، وقد أدرج ذلك الموقع في الحساب الشخصي للمستخدم 5 عناصر أساسية استخدمت في بناء حسابات الأشخاص داخل مواقع الشبكات الاجتماعية بعد ذلك وهي⁽³⁸⁾:

(1) المعلومات الديموغرافية (2) الاهتمامات وتعريف بشخصية العضو واتجاهاته

(3) صورة شخصية (4) قائمة الأصدقاء

(5) كتابة كلمة تعبر عن الحالة المزاجية.

وبالرغم من نجاح هذا الموقع وإرتفاع شعبيته إلا أنه واجه عدة مشكلات تقنية واجتماعية ومالية وإدارية ؛ فخوادم موقع فريندستر وقاعدة بياناتها لم تكن مجهزة بالسعة الكافية لتواكب النمو السريع والمرتقب، مما

أصاب مستخدميه بالإحباط. مما نتج عنه عزوفهم عن استخدامه واستبداله بتقنيات البريد الإلكتروني. ولأن النمو العضوى المنظم يعد شيئاً ضرورياً في بناء المجتمعات المتناسكة والمتجانسة فقد أدى التزايد العشوائى الملحوظ للأعضاء الجدد - الذين تعرفوا على الموقع من خلال وسائل الإعلام والصحف والمجلات - إلى انعدام التوازن الاجتماعى داخل الموقع فتضاربت الإتجاهات والميول والآراء المتعلقة بالأعضاء مما أدى إلى حدوث شوشره في الهدف الاجتماعى للموقع الذى أدى إلى إلغاء خدمة الزواج داخل الموقع⁽³⁹⁾. أما من الناحية المالية فقد سقط الموقع كفريسة لشركات التمويل الإستثمارية حيث استنفدت الشركة أموالها وأعيد تقييم راسمالها ليصبح 3 ملايين دولار فقط، ومن ثم فقد ألحق الموقع بشركة كليز بيركنز Kleiner Perkins Caufield & Byers وهى إحدى الشركات التى ساهمت بتمويل موقع فريندستر من قبل، كما كان لتفتيت مجلس إدارة شركة فريندستر سبباً في سوء إدارة الشركة وانعكس ذلك على موقعها. كل هذه العوامل أدت إلى إنهيار الموقع وعزوف عدد كبير من أعضائها عنه عام 2003، وفي 2011 تم إعادة هيكلة الموقع ليصبح شبكة اجتماعية ذات طابع ترفيهى تركز على الموسيقى والألعاب ونتج عن ذلك إنحسار دورها كشبكة اجتماعية وبقيت الحسابات الشخصية للمستخدمين كما هى، وتم تزويدها بآداة لتصدير بياناتهم كالصور، والرسائل، والتعليقات، والمدونات، والمنتديات والمجموعات.

وقد بلغ عدد اعضاء موقع فريندستر 115 مليون عضو حيث يغطى أكثر من 15 دولة في العالم مثل : استراليا، كندا، الصين، الهند، اندونيسيا، اليابان، ماليزيا، الفلبين، سنغافورا، كوريا الجنوبية، تايوان، الإمارات العربية

المتحدة، المملكة البريطانية، والولايات المتحدة الأمريكية. كما تحظى دول جنوب شرق آسيا بنصيب كبير في الاستخدام⁽⁴⁰⁾.

وفي نفس العام ظهرت مواقع أخرى للتواصل الاجتماعي مثل موقع فوتولوج Fotolog الذي يعتبر أول موقع للشبكات الاجتماعية يهتم بمشاركة ملفات الصور بين أعضائه، حيث يتيح رفع صور الأعضاء أيًا كان نوعها في شكل مدونة أو مفكرة وتبادلها مع مستخدمي الموقع، كما يتيح الموقع خاصية فريدة وهي إرسال الصور من خلال البريد الإلكتروني وهي خاصية مميزة في حالة ما إذا أراد الشخص أن يلتقط صورة من هاتفه المحمول وإرسالها في التو واللحظة.⁽⁴¹⁾ وشهد نفس العام ظهور شبكة سكاى روك Skyrock والمسماه بـ(SkyBlog سابقاً) التي بدأت كمدونة فرنسية في بادئ الأمر ثم تغيرت بعد ذلك لتصبح شبكة اجتماعية⁽⁴²⁾.

وفي عام 2003 ظهرت موجة جديدة من المواقع التي مثلت بداية لنمو مرحلة جديدة من الشبكات الاجتماعية. فتأتى شبكة ماى سبيس الشهيرة Myspace على رأس تلك المواقع التي طورت في أغسطس عام 2003 على يد فريق من موظفي شركة إى يونيفرس E-Univers الذين أرادوا بناء شبكة تحاكي شبكة Friendster في خدماتها وخصائصها كنوع من التقليد. وفي يوليو 2005 اشترت شركة نيوز كورب News Corporation. الموقع في صفقه قدرت بـ580 مليون دولار لتتربع بعدها على عرش الشبكات الاجتماعية استخداما وإفاده في الولايات المتحدة الأمريكية. هذا ويبلغ عدد المشتركين في موقع ماى سبيس أكثر من 300 مليون عضو حيث يركز الموقع على تسلية وترفيه أعضائه، فيستطيع كل عضو أن يشارك صديقه

حسابه الشخصي، ملفات الصور ، ملفات الفيديو، والروابط المختلفة... إلخ⁽⁴³⁾.

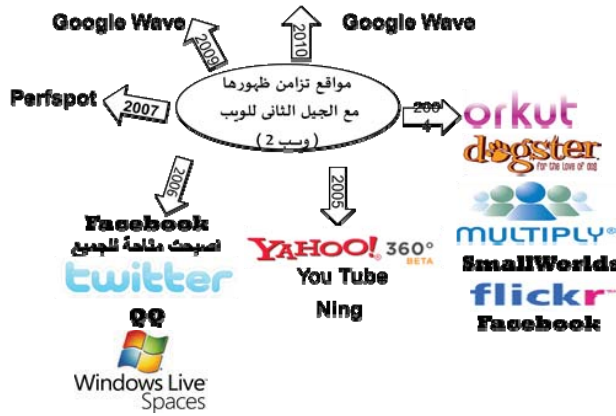
وفي نفس العام ظهر موقع هاى Hi5 الذي صمم بواسطة رامو يلامنش Ramu Yalamanchi حيث أشار موقع كوم سكور ComScore لقياسات الشبكة العنكبوتية في عام 2008 ان ذلك الموقع يحتل الترتيب الثالث على مستوى الشبكات الاجتماعية من حيث مرات الزيارة اليومية، هذا ويدعم ذلك الموقع أكثر من 50 لغة كما يعتبر أكثر المواقع تسلية لأعضائه بالإضافة إلى كونه أكبر منصة لمبرمجي ومطوري تطبيقات الألعاب المتاحة على الإنترنت⁽⁴⁴⁾.

كما ظهرت في نفس العام أول شبكة مهنية تهتم بسوق العمل وتدعى لينكدإن LinkedIn التى صممت وطورت على يد ريد هوفمان Reid Hoffman، حيث استهدفت أولئك الذين يبحثون عن الأعمال والوظائف ويتناقشون حولها ، هذا ويتيح الموقع لأعضائه متابعة نصائح وإرشادات المستشارين في كل مهنة من المهن المختلفة، بالإضافة إلى بناء شبكات العمل التى تسمح للأعضاء بتسجيل السير الذاتية الخاصة بهم داخل الموقع كما تتيح لهم وضع روابط لزملائهم وأعمالهم وتوسيع مدى نطاق شبكة العمل التى يقومون بإنشائها لتشمل أولئك المتصلين بشبكة زملائهم. ومن شأن هذه الخدمة أن تساعد المستخدمين في الوصول إلى خبراء يمكن من خلالها تقديم يد العون في المشاكل التى تواجه أعمالهم، ويلقى هذا الموقع إقبالاً كبيراً حيث بلغ عدد أعضاء الموقع في عام 2009 إلى 55 مليون عضو حيث تغطى الشبكة 150 شركة صناعية ، 200 دولة على مستوى العالم⁽⁴⁵⁾.

أيضاً ظهر في نفس العام عدة شبكات ولكن لم تحقق النجاح الكافي في وقتها مثل شبكة لاست إف إم LastFm التي تعتبر أول شبكة تهتم بالمحتوى الصوتي فهي شبكة تتيح الأغاني التي تذاع على الراديو داخل الموقع⁽⁴⁶⁾.

ثانياً : المرحلة الثانية : الموجه الثانية المتزامنة مع الويب 2 (2004- حتى الآن) :

على الرغم من ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية في تسعينيات القرن العشرين إلا أننا نجد الكثير من المهتمين بذلك الأمر عندما يتطرق إلى الحديث عن تلك المواقع فهو ينسبها إلى نتاج تقنيات الويب 2 ؛ ولعل ذلك اللبس قد نشأ عن التطور الجامح الذي شهدته تلك المواقع بظهور تقنيات الويب 2 والتي وضعت تصور جديد للشبكة. ويعد السبب في ذلك تقسيم المواقع إلى ما يعرف بمواقع ويب 1 ومواقع ويب 2 ارتكازاً على الخدمات والتطبيقات والتكنولوجيات التي تقدمها تلك المواقع ويوضح المؤلف في شكل (10) - من تصميمه - شبكات المرحلة الثانية. وبظهور تقنيات الويب 2 ظهرت مواقع شبكية جديدة اعتمدت في بنائها على تلك التقنيات، كما أن المواقع التي نشأت في طيات تقنيات الويب 2 لم يكن أمامها سوى أن تعيد هيكلة بنائها لتلحق بركب التطور ضماناً لبقاء استمرارها بين مستخدميها. هذا وسوف نستعرض في الصفحات التالية أبرز تلك المواقع التي جذبت الأنظار إليها من أنحاء العالم استخداماً وإفادة.



شكل (10) الشبكات الرئيسية التي تزامن ظهورها مع تقنيات الويب 2

ظهرت شبكة أوركيوت Orkut تحت مظلة شركة جوجل Google التي أسستها عام 2004 لخدمة المجتمع وإعطاء الفرصة للأعضاء للتعبير عن أنفسهم واهتماماتهم ومشاركة تلك الاهتمامات مع الآخرين، وهو ما يعكس نفس أهداف باقى الشبكات الاجتماعية إلى حد كبير في آليات التعامل. ولعل المبادرة التي أطلقتها جوجل بإنشاء شبكة اجتماعية لها وإتاحتها للجميع مجاناً يؤكد أن الشبكات الاجتماعية تعدت مفهوم الظاهرة وأصبحت مواقع تتغلغل في الحياة اليومية⁽⁴⁷⁾.

ففي عام 2004 ظهرت لأول مرة شبكة تهتم بعاشقى الحيوانات الأليفة مثل (الكلاب) وهى دوج ستير dogster حيث أتاح لأعضائها من محبى (الكلاب) نشر الأخبار التي تعرض في الصحف والمجلات عنهم، ورفع الأفلام، والكتب التي تتحدث عنهم، والصور، والرد على الإستفسارات المتعلقة بتربية الكلاب، والاهتمام بهم فضلاً عن خدمة نشر القصص الطريفة التي حدثت بين الأعضاء وكلاتهم⁽⁴⁸⁾. كما ظهرت في نفس العام شبكة تشابه

في واجهتها وخصائصها وخدماتها مع تلك الشبكة ولكن تهتم (بالقطط) وسميت كات ستير
.catster.com

كما يعد موقع ملتيبلي multiply.com شبكة ضخمة للتسويق الاجتماعي على الإنترنت حيث تشعرك إلى حد ما بأنك تصحب اصدقائك من خلال حساباتهم الشخصية للتسوق من المحلات ومراكز التسوق الضخمة Malls المتضمنة داخل الشبكة، والتي تعرض نماذج من منتجاتها من خلال الصور وأفلام الفيديو، ثم توضح كيفية شراء تلك المنتجات والعروض من خلال طرق الدفع الإلكترونية⁽⁴⁹⁾.

كما ظهرت شبكة العالم الصغير Small Worlds التي تشبه إلى حد كبير العالم التخلي Virtual بطريقة ثلاثية الأبعاد والمتاحة على الخط المباشر عبر شبكة الإنترنت والتي تشبه الألعاب الإلكترونية - فنه لعب الأدوار المحكم متعدد اللاعبين MMOPRG، حيث وفرت لأعضائها بيئة تفاعلية من خلال ما يعرف بالمعادل Avatar، حيث يستطيع العضو أن يرسم شخصيته ويقوم باللعب مع الأصدقاء متقمصاً الشكل الذي رسمه لنفسه His Avatar ليتجول ويلعب ويتسوق داخل الموقع مع أصدقائه⁽⁵⁰⁾.

ثم يأتي بعد ذلك موقع فليكر Flickr على يد ستيفورت و كاترينا Stewart and Caterina تحت رعاية شركة لودي كرب Ludicorp، a Vancouver-based company. ليصبح بعد ذلك أكبر الشبكات الاجتماعية التي تركز على مشاركة الصور وتتيح لأعضائها وضع الصور وتبادلها بين بعضهم البعض، كما يعتمد بشكل رئيسي في بناء محتواه على أعضائه من خلال رفعهم لصورهم الخاصة⁽⁵¹⁾.

ثم ظهر على ساحة الفضاء الإلكتروني موقع الفيسبوك Facebook عملاق الشبكات الاجتماعية في عام 2004، حيث ترجع فكرة ظهوره إلى مارك زوكربيرغ Mark Zuckerberg الذي أراد ان يقوم بتصميم موقع يخدم مجتمع جامعة هارفارد الأمريكية من طلبة وزملاء، بحيث يمكنهم من خلاله تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم، ولم تكن هناك ثمّة نية في جعله موقع تجارى أو موقع ينشر أخبار الجامعة، وإنما هدفه الأساسى في جمع شمل أصدقائه. وقد نجح مارك في نشر موقعه بين أصدقائه بالجامعة وسرعان ما انتشر الموقع حيث ذكر مارك نفسه أن نصف جامعة هارفارد أصبحوا أعضاء في الموقع بعد شهر من انطلاقه، واستمر موقع الفيسبوك قاصراً على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين حتى قرر " مارك " أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، لذا فقد أتيح الموقع في عام 2005 لجميع فئات المدارس وطلبة الجامعات في الولايات المتحدة الأمريكية. وفي عام 2006 وسع الموقع من انتشاره ليشمل جميع فئات المستخدمين دون التقيد بشرط، وقد كانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع ؛ إذ بلغ عدد أعضائه 12 مليون مستخدم خلال شهر ديسمبر 2006، وفي مطلع عام 2007 شهد الموقع 40 مليون مستخدم إلى أن وصل في بداية عام 2012 إلى 700 مليون مستخدم على مستوى العالم⁽⁵²⁾.

وفي نفس العام ظهرت مواقع تجمع في خصائصها بين المدونات ومواقع الشبكات الاجتماعية مثل بيتشو Piczo.com ، دودجبل Dodgeball.com ، هيفي Hyves إلا أن شبكة هيفي تمثل أكبر شبكة اجتماعية في هولندا لتخدم الناطقين باللغة الالمانية على غرار شبكة

cyworld التي تخدم الشعب الكوري حيث احتلت تلك الشبكة المرتبة السابعة عشر 17 في هولندا.

وفي عام 2005 ظهر موقع بيبو Bebo كشبكة اجتماعية عرفت بشعبيتها لما تتمتع به من مرونة في الاستخدام وبساطة في التصميم، فتستطيع تلك الشبكة إنشاء التواصل بين الأفراد ببعضهم البعض. هذا وتغطي تلك الشبكة عدة أماكن على مستوى العالم مثل أمريكا وبريطانيا وأيرلندا وأستراليا ونيوزلندا وفرنسا وألمانيا وإيطاليا وأسبانيا والهند وهولندا⁽⁵³⁾.

هذا وقد ظهرت مجموعة من المواقع في نفس العام أهمها موقع ياهو yahoo360 على غرار موقع ماي سبيس وموقع يوتيوب الذي اهتم بمشاركة ملفات الفيديو لأعضائه. هذا وقد توالى مواقع الشبكات الاجتماعية في النمو والظهور حتى الآن لتغطي شتى أنحاء العالم وتجمع الملايين من الأعضاء.

2/4/2 الشبكات الاجتماعية العربية:

ظهر العديد من المحاولات على الصعيد العربي لتصميم وبناء شبكات اجتماعية عربية لأغراض التسلية، الترويح، الدردشة، والزواج، وربما كان أحد أسباب عدم نجاحها الكبير هو الشهرة الواسعة للشبكات الاجنبية التي طغت عليها، وعدم وجود حملات إعلانية للإعلان عنها، ومن تلك الشبكات ما يلي. ومن تلك المواقع ما يلي:

اولاً : موقع مكتوب WWW.Maktoob.com:

يعتبر موقع مكتوب من أوائل المواقع العربية الذي ظهر في فضاء الشبكة العنكبوتية حيث تأسس عام 1998 وكان على رأس فريق العمل كل من سميح طوقان وحسام خوري، وفادي غندور واعتمد الموقع على تمويل

عربي، مبتدئاً نشاطه بخدمة البريد الإلكتروني ثم طور من أدواته وأضاف التقنيات المستحدثة في الويب 2.0 من مدونات وشبكات اجتماعية وخدمة الملخص الوافي للمواقع. هذا ويستخدم الموقع تقنية AJAX بالإضافة إلى لغات برمجية مثل سي أس أس CSS، جافاسكربت JavaScript وفي الثلاثاء من 25 أغسطس 2009 أعلنت شركة ياهوو Yahoo العالمية إبرامها اتفاقية لشراء شركة مكتوب⁽⁵⁴⁾ Maktoob هذا ويبلغ عدد زائرين الموقع يومياً أكثر من 27 مليون شخص كما أشار إليه موقعى اليكسا <http://www.alexa.com>، وستيتس كروم الخاصين بتصنيف وتحليل المواقع على شبكة الإنترنت⁽⁵⁵⁾ <http://www.statscrop.com>.

ثانياً : شبكة إكبس ikbis.com :

ظهر هذا الموقع في نوفمبر عام 2006 من خلال شركة توتو، وهى شركة إعلامية مقرها في الأردن ويشبه هذا الموقع في آلياته وبنيته موقع يوتيوب الشهير، حيث يعمل على تبادل، تحميل، مشاركة وعرض مقاطع الفيديو التى يتم تحميلها من قبل الأعضاء أو المستخدمين فضلاً عن إتاحة إنشاء القنوات المختلفة التى تعد من الأقسام الهامة في الموقع إذ تسمح للمستخدمين برفع ملفات الفيديو داخلها والتحكم في ترتيبها وعرضها على بقيه المستخدمين.⁽⁵⁶⁾ كما يمكن للمستخدمين تقييم المحتويات سواء صور أو أفلام، فضلاً عن تمكينهم من تضمين محتويات الموقع إلى مواقعهم الشخصية. وهو بهذا يقدم دمج لخدمتين معاً خدمة فلكر لمشاركة الصور الفوتوغرافية والشخصية، وخدمة يوتيوب لمشاركة مقاطع الفيديو. وقد أتاح الموقع خدمة تحميل المقاطع إلى الهواتف المحمولة من الإنترنت مباشرة في أبريل 2007. ولكن حالياً تقتصر الخدمة على هواتف نوكيا فقط.⁽⁵⁷⁾

ثالثاً : أصحاب مكتوب www.ashabmaktoob.com :

ظهر موقع أصحاب مكتوب.كوم Maktoob.com في عام 2007 كجزء من موقع مكتوب حيث مثل أول موقع عربي للتواصل الاجتماعي يعمل في بيئة الإنترنت على مستوى العالم. فقد وصلت خدمات الموقع في عام 2009 إلى أكثر من مليون زائر ونصف شهرياً. هذا ويعمل الموقع على تقديم خدمات مثل : البحث عن الأصدقاء، تكوين صداقات، رفع الملفات المرئية والمسموعة، مشاركة الوسائط بين الأصدقاء، إنشاء المجموعات، كتابة التعليقات، تصميم نوافذ خاصة بكل عضو، وإمكانية إنشاء تطبيقات خاصة لكل عضو. كما حصل الموقع على جائزتين هما: أفضل موقع عربي على شبكة الإنترنت ، الجائزة الذهبية لأفضل موقع اجتماعي⁽⁵⁸⁾ وقد أتاح موقع أصحاب مكتوب للأعضاء الاشتراك المجاني، حيث يمكنهم تصميم وتخصيص صفحاتهم الخاصة والتي تتضمن نبذة مختصرة عنهم وصورة شخصية لهم. وفي نهاية عام 2010 وقفت شبكة أصحاب مكتوب عن العمل كشبكة اجتماعية⁽⁵⁹⁾.

رابعاً: موقع جيران www.jeran.com :

هو موقع عربي أردني أطلق في نهاية عام 2007 من خلال شركة توت كروب Toot Corp⁽⁶⁰⁾ إذ يهدف تحقيق رؤية واحدة وهي جعل شبكة الإنترنت ذات صلة بالعالم العربي، وذلك من خلال تمكين المستخدمين وإعطائهم الأدوات اللازمة لإنشاء محتوى محلي خاص بهم. هذا وقد استمرت شبكة جيران في التطور لتصبح واحدة من أكبر بوابات المحتوى العربي في الشرق الأوسط، وتتويجاً لخدماتها فقد حصلت على ترتيب بين أعلى المواقع في العالم العربي حيث بلغ عدد أعضائها مليون ونصف مستخدم، فضلاً عن

جذب أكثر من 25 مليون صفحة شهرياً ويعمل موقع جيران على جذب الأصدقاء وإتاحة إنشاء المدونات ونشر الصور وتخزين الملفات وإدارة المحتوى العربي والتشارك بين المستخدمين في المقالات والفيديوهات وغيرها. ويتضمن موقع جيران على صفحة أصدقاء جيران التي تعتبر شبكة اجتماعية تجمع الأصدقاء وذوى الاهتمام المشترك، وتتيح كباقي الشبكات تحميل ملفات الصور والفيديوهات وعقد صداقات وحوارات وإرسال البريد الإلكتروني والردشة الفورية⁽⁶¹⁾ والموقع يشبه كثيراً في نظامه وآلية عمله موقع تويتر فعد حروف إرسال الرسائل أو ما يعرف "التغريدة" 140 حرف كما أن شعار الموقع Logo، وواجهة الاستخدام تشبه إلى حد ما شعار تويتر بالإضافة إلى شكل التصميم، كما يتميز ذلك الموقع بدعمة خاصة إرسال واستقبال التدوينات المصغره عبر الموبايل باستخدام الرسائل القصيرة⁽⁶²⁾ SMS. هذا وقد أغلق الموقع وقرر إيقاف خدماته في عام 2010.

خامساً : شبكة عرب كرنش.نت arabcrunch.net :

تأسست سنة 2008 ثم أطلقت نستختها العربية في 2009 على يد غيث صقر وسرعان ما أصبحت رائدة في قطاع التكنولوجيا التكنولوجيا حيث هدفت إلى ترسيخ روح المبادرة وتكنولوجيا الابتكار في العالم العربي من خلال تقديمها لمنصة عريضة تربط المشاركين في تكنولوجيا النظام الإيكولوجي، وفي أغسطس عام 2010 أعلنت الخارجية الأمريكية أنها ستمول المنصات الداعمة لشركات التكنولوجيا وهذا الأمر قد أزعج فريق الموقع إذ اعتبروا ذلك تدخلاً صريحاً على إدارة الموقع مما استدعى فريق العمل إلى إغلاق تلك المنصة الاجتماعية. هذا ولم يستطع الحصول على عدد زوار الموقع أو مستخدميه نتيجة لإغلاق الموقع في عام

2010⁽⁶³⁾.

سادساً : شبكة أضفنى : www.adifni.com :

ظهر الموقع لأول مره على شبكة الإنترنت في عام 2008 بواسطة شركة أضفنى، حيث يقدم الموقع خدمة حفظ وتنظيم المفضلات ويقوم المستخدم من خلاله بحفظ المفضلات وعرضها. وتعتبر المملكة العربية السعودية من أكثر الدول استخداماً وإفاده من تلك الشبكة حسب ما أشارته إحصائيات موقع <http://www.statscrop.com> وبالرجوع إلى شبكة أضفنى على الإنترنت تبين أن ذلك الموقع يخضع الآن إلى التطوير وأن النسخة الإلكترونية المتاحة هى نسخة تجريبية⁽⁶⁴⁾.

سابعاً : شبكة ثبَّت <http://thabbet.com>

وهو موقع تابع لمجموعة من الشباب الأكاديميين العرب من مختلف الدول العربية والمتخصصين في عدة مجالات، ويصنف هذا الموقع ضمن المواقع الاجتماعية الإخبارية إذ يعد وسيلة لحفظ الأخبار المفضلة معتمداً على مشاركة الأعضاء والتحكم الكامل بمحتوياته من خلال إضافة الأخبار والتأثير على ترتيبها عن طريق التصويت، ولا يعتبر الموقع قناة للأخبار الأصلية، بل وسيلة للإطلاع على الأخبار السياسية والرياضية والترفيهية وغيرها، من مصادر متعددة عربية وغير عربية، وبما أن الخبر لا يكتمل إلا بمناقشته بين الأعضاء، يوفر الموقع الوسيلة لمناقشة لكل خبر وبناء صداقات بين الأعضاء من نفس الاهتمامات⁽⁶⁵⁾.

ثامناً : شبكة قول قال <http://thabbet.com>

ظهرت هذه الشبكة في عام 2007 لخدمة المجتمع العربي حيث تقدم الأخبار، القصص، الروابط، أفلام الفيديو، والصور التى يقوم الأعضاء

بأختيارها وتقديمها. والتصويت عليها دون أى تدخل من إدارة الموقع⁽⁶⁶⁾. هذا ولم يتم الحصول على معلومات أخرى عن الموقع بسبب أغلقه.

تاسعاً: شبكة مكة <http://macca.com>

هو أوّل شبكة اجتماعية تهدف لخدمة الشباب المسلم حول العالم، وتعمل على إيجاد أرضية مشتركة للتواصل وتبادل الأخبار، سواء على المستوى الشخصى أو المهني بين مجتمع الشباب المسلم، ويُعتَبَر الموقع نفسه حائطٌ صدّ ضد الحملات التي تشنّها مواقع الشبكات الاجتماعية الأخرى، مثل: الفيسبوك، ماى سبيس والتي لا تتوافق مع القيم الإسلامية⁽⁶⁷⁾.

ومن العرض السابق يتضح لنا أنّ هناك شبكات اجتماعية عربية يستخدمها المستخدم العربي، ويتفاعل معها، ولكن لا ترتقى إلى المنافسة العالمية، أو على الأقل الاقتراب من المنافسة، فمعظم هذه الشبكات نطاقها محليّ، أو إقليمى على الأكثر، ولا تضع نصب أعينها أى تخطيط للانتشار أو التوسّع على المستوى العالمى، ومنافسة مواقع الشبكات العالمية، ومن جهة أخرى - وعلى المستوى الإقليمى - فإن المستخدمين العرب من الشباب لهم احتياجات يجب أن تدرکها وتوفرها تلك المواقع، فاستخدام الشباب العرب لشبكات عالمية - كما ذكرنا - وما تقدّمه تلك الشبكات من خدمات وتطبيقات، يجعل مجرد تجربة أو استخدام أى موقع اجتماعي آخر أمراً صعباً، إلا إذا توافر عدد من المقومات الفنية، أو الخدمات والأفكار الإيجابية على المستويين: الاجتماعي والثقافي، والتقنى والخدمى، والتي يمكن من خلالها أن يداوم المستخدم العربى على استخدام مواقع الشبكات العربية.

بالإضافة إلى ذلك فإنّ عدداً من هذه المواقع الاجتماعية العربية فقدت سلطة الرقابة على جودة المحتوى المعروض - شكلاً ومضموناً - فکما

وجدنا أنه على المستوى العربي يُوجد عددٌ من مواقع الشبكات الاجتماعية، ولكنها فقيرة تقنيًا وتكنولوجياً؛ مما يجعل المستخدم العربي لا يتفاعل معها، ويتوجّه إلى الشبكات العالمية ذات الجودة والتقنية العالية.

هذا وقد يعود ضعف انتشار الشبكات الاجتماعية العربية إلى عدم وجود حملات إعلانية للإعلان عن هذه الشبكات، أو عدم وجود خدمات تميزها عن غيرها من المواقع، أو حتى عدم ثقة المستخدم العربي بهذه الخدمات وقوتها، ولكن من المؤكد الصفة المشتركة التي تجمع كل الشبكات الاجتماعية العربية هي ضعف مشاركة المستخدم العربي. وما يثير الاهتمام أن أكبر الشبكات الاجتماعية العربية وهو أصحاب مكتوب ، والذي تأسس عام 2007 بلغ عدد أعضاؤه 600 ألف عضو في عام 2009، ولكن بنظرة على إحصاءات موقع الفيس بوك نلاحظ أن في منتصف عام 2009، وقبل إطلاق اللغة العربية على الفيس بوك بشكل رسمي، بلغ عدد المستخدمين العرب 22.1 مليون مستخدم، وبعد عام ونصف العام من انطلاق اللغة العربية نجد أن العدد أصبح 55 مليون مستخدم بنسبة ارتفاع تبلغ 150%، حسب موقع كومسكور للإحصاءات.

كما أن ضعف تلك المواقع يقع على عاتق المبرمجين حيث تكمن المشكلة في أن المبرمجين يقومون بما يسمى عملية الاستنساخ، حيث يقوم المبرمج بعمل نسخة مشابهة تمامًا لبعض المواقع العالمية التي أثبتت نجاحها ؛ وذلك لأن هدف المبرمج هو نقل هذا النجاح إلى المنطقة العربية، لكن ما يتغافله المستنسخون أننا نتكلم عن منطقة الشرق الأوسط، والتي لها احتياجاتها الخاصة، وطريقة تفكيرها، ولغتها التي تميزها عن غيرها. وللإنصاف تعتبر اللغة العربية من اللغات التي يصعب التعامل معها من قبل

المبرمجين والمطورين، ولكن كون هذه الشبكات تستهدف المستخدم العربي، فهذا يعني أن اللغة يجب أن تكون في أعلى مستوياتها، ودائماً ما نرى المواقع والشبكات الاجتماعية باللغة العربية الفصحى، ولكن بما أن الشبكات الاجتماعية تحاكي فئة الشباب، فقد تكون إحدى الأفكار أن يتم إنشاء الشبكات الاجتماعية بخاصية تعدد اللغات، وإضافة ترجمات خاصة باللهجات العربية المتنوعة، وبذلك تكون قد تميزت بشيء إضافي عن باقي المواقع الاجتماعية العالمية.

من العرض السابق لمواقع الشبكات الاجتماعية العالمية والمواقع ذات الطابع العربي يتضح لنا

بعض النقاط التي نلخصها في الآتي :

أ- ظهرت مواقع الشبكات الاجتماعية وطورت من آلياتها وتطبيقاتها بما يتناغم مع الخدمات المقدمة عبر الأجيال المختلفة للويب فضلاً عن تطورها الملحوظ لمواكبة كل ما يطرأ من التقدم التكنولوجي.

ب- جذبت مواقع الشبكات الاجتماعية منذ الوهلة الأولى لظهورها عدد ضخم من المستخدمين على شبكة الإنترنت مقارنة بأي موقع آخر لدعمها فكرة أن شبكة الإنترنت أداة فعالة للتواصل الاجتماعي بين البشر.

ج- أخذ العالم الغربي دور الريادة في تصميم مواقع الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم.

د- أصبحت مواقع الشبكات الاجتماعية ظاهرة هامة يشترك بها عدد كبير من مستخدمي شبكة الإنترنت وهو ما يجعلنا ننظر إليها بعين الاعتبار بوصفها مصدراً من مصادر المعلومات الحيوى وظاهرة تستحق الدراسة والتحليل والتقييم.

هـ- هناك العديد من المواقع العالمية والمحلية العامة التى تحولت إلى شبكات اجتماعية لتخدم جمهور عريض من المستخدمين.

و- أنفردت مجموعة من المواقع الاجتماعية مثل الفيسبوك، تويتر، ماى سبيس بشعبية عالية وجذبت إليها الأنظار منذ ظهورها حتى الآن ؛ بسبب المجانية، كثرة التطبيقات المتضمنة، سهولة الاستخدام...إلخ.

ز- ظهرت العديد من المحاولات العربية لبناء وتصميم شبكات اجتماعية عربية ولكنها لم ترتقى إلى مستوى الشبكات الاجتماعية العالمية وبالتالي لم تثبت نفسها بالشكل المناسب في التواجد الإلكتروني على شبكة الإنترنت، ولا تزال تحتاج إلى تطوير واهتمام في تصميمها وبرمجتها.

مصادر الفصل الثاني

- 1- Boyd, d. m., & Ellison, N. B.(2007). Social network sites : Definition, history, and scholarship .Journal of Computer - Mediated Communication, **Retrieved From :**
<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>,10-1-2010
- 2- Brock, Vicky. (2007) . An introduction to Online Social Networks : What are they and Way do they Matter to Business ? .- Highland Business Research , p1.
- 3- Priem, Jason & Hemminger, Bradley M. Scientometrics 2.0 : toward new metrics of scholarly impact on the social web .- First Monday, Vol. 15, No.7,- Retrieved From :.
<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2874/2570>
- 4- Boyd, d. m., & Ellison, N. B.Ibid.
- 5- <http://www.abc-clio.com/ODLIS/searchODLIS.aspx>. 11-1-2011
- 6- <http://www.britannica.com/bps/search?query=network11-1-2011>
- 7- American Marketing Association (2008).MySpace, Your Space and Their Space : Connecting with your Customers in online Social Networks. P7.
- 8- أمانى جمالى مجاهد(2010). الشبكات الاجتماعية العربية في بيئة الويب 2.0 .- الملتقى العربي الرابع لتكنولوجيا المكتبات والمعلومات : الجيل الثانى للويب وتأثيره على قطاع المكتبات والمعلومات (ورقة عمل) ص4.
- 9- Boyd, d. m., & Ellison, N. B. Ibid

- 10- Leonard, A .(2004). You are who you know . Salon.com Technology.
Retrieved From:
http://www.salon.com/tech/feature/2004/06/15/social_software_one
- 11- Mew, Lionel Q. L.(2009).Online Social Networking :a task-person technology
fit perspective\ directed by William H. Money.(PhD. Dissertation.) School
of Business. George Washington University. 295p.
- 12- Kay, Russell. (2007). QuickStudy: Online Social Networks .- Computerworld
, Available at:
<http://www.computerworld.com/action/article.do?command=viewArticleBasic&articleId=302652>
- 13- محمود عبد الستار خليفة. (2009). الجيل الثاني من خدمات الإنترنت : مدخل إلى دراسة
الويب 2 والمكتبات. 2. Cybrarians journal. ع 18. استرجع من خلال :
[http://journal.cybrarians.info/index.php?option=com_content&view=article
&id=382:-20-20-&catid=141:2009-05-20-09-52-31&Itemid=59](http://journal.cybrarians.info/index.php?option=com_content&view=article&id=382:-20-20-&catid=141:2009-05-20-09-52-31&Itemid=59)
- 14- <http://www.Match.com/match/AboutUs.aspx> 10-1-2012
- 15- أماني جمال مجاهد. استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة .-
دراسات المعلومات .- ع 8 ، مايو 2010م. ص 8 استرجع من :
<http://www.informationstudies.net/images/pdf/86.pdf>
- 16- Pallis, George.(et al). (2011) Online Social Networks : Status and trends .
New Directions in Web Data Management . Heidelberg : Springer-Verlag
Berlin Heidelberg. P213.

- 17- مها عبد المجيد (2008). المجتمعات الافتراضية على شبكة الإنترنت : آلية للتشبيك أم للتفتيت الاجتماعي . المجلة الاجتماعية القومية . مج45، ع 3 (سبتمبر 2008). ص 98.
- 18- نفس المرجع السابق. ص 99.

19- Boyd, d. m., & Ellison, N. B..Ibid.

20- Ibid

21- وليد رشاد زكي (2010). الشبكات الاجتماعية : محاولة للفهم . مجلة السياسة الدولية. ع 1 ، (ابريل 2010) ص 55.

22- Boyd, d. m., & Ellison, N. B..Ibid.

23- Ibid

24- Huang, Yogjian (2009). Supporting Meaningful Social Networks .-university of Southampton: Yogjian.-Phd. p11.

25- Ibid

26- <http://www.care2.com/aboutus/>

27-<http://www.quantcast.com/p-f3U7oBPZrSNpQ?country=GLOBAL>

28- <http://www.livejournalinc.com/aboutus.php>

29- <http://www.blackplanet.com/> 17-5-2011

30- Skog, Daniel .(2004) ” THEY REALLY WANT YOU TO WRITE DOWN WHO YOU ARE” The Disclosure of Private Information At Lunarstorm.- IADIS International Conference Web Based Communities .pp1-2

31 Elm, Malin Sveningsson (2009). “Teenagers Get Undressed on the Internet” Young People’s Exposure of Bodies in a Swedish Internet Community.- *Nordicom Review* 30 .- p 88

32- <http://www.asianave.com/>

- 33- Byrne , Dara N. (2008)“The Future of (the) “Race”: Identity, Discourse, and the Rise of Computer-mediated Public Spheres.”.- Learning Race and Ethnicity.-Cambridg;MA:The MIT Pres,p16
- 34- Park, Minji, Kim,Jihye .How does Cyworld and Personal Networking Communities Effect People’s Communication and Relationships? P1.
- 35- Powell, Guy R.(2001). Roi of Social Media : How to Improve The Return one your Social Marketing Investment. Asia: John Wiley & sons ,2011.
- 36- Boyd, d. m., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites : Definition, history, and scholarship. Journal of Computer - Mediated Communication, 13(1), article 11. Retrived from :
<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>
- 37- Boyd, d. m., & Ellison, N. B.Ibid
- 38- Boyd, danah. (2004) "Friendster and Publicly Articulated Social Networks." *Conference on Human Factors and Computing Systems (CHI 2004)*. Vienna: ACM, April. P3-4
- 39- Boyd, d. m., & Ellison, N. B..ibid
- 40- <http://www.molglobal.net/products-services/media services/friendster/>
- 41- <http://www.fotolog.com/>
- 42- Boyd, d. m., & Ellison, N. B..ibid
- 43- Vakali, A. & L.C.Jain (Eds.) (2001):New Directions in Web Data Management .- Heidelberg: Springer- Verlag Berlin, p 222.
- 44- ibid.p223
- 45- Vakali, A. & L.C.Jain (Eds.).ibid
- 46- <http://www.last.fm/about>
- 47- <http://www.orkut.com/Main#About.aspx>

48- <http://www.dogster.com/about/#>

49- <http://multiply.com/info/about>

50- <http://www.smallworlds.com/login.php?login=true:false>

51- <http://www.flickr.com/about/>

52- هبة محمد خليفة (2010). دور الشبكات الاجتماعية في التنمية المهنية لأخصائي المكتبات

والمعلومات : دراسة مسحية ميدانية لموقع الفيس بوك كنموذج للشبكات الاجتماعية .-

الملتقى العربي الرابع لتكنولوجيا المكتبات والمعلومات ، 27-28 يوليو 2010، ص39.

53- <http://www.bebo.com/c/about>

54- أماني جمالي مجاهد(2010). الشبكات الاجتماعية العربية في بيئة الويب 2.0 .- الملتقى العربي

الرابع لتكنولوجيا المكتبات والمعلومات : الجيل الثاني للويب وتأثيره على قطاع المكتبات

والمعلومات (ورقة عمل)، ص23.

55- <http://www.statscrop.com/www.yahoo.com>.

56- http://ikbis.com/help?topic=about_ikbis

57- أماني جمالي مجاهد.(2010). مرجع سابق، ص23

58- حسين فاروق.(2010). الشبكات الاجتماعية العربية : نظرة تقييمية. الألوكة الثقافية. استرجع

من :

<http://www.alukah.net/culture/0/23781>

59- أماني جمالي مجاهد.(2010). مرجع سابق، ص23

⁶⁰ حسين فاروق.(2010). مرجع سابق.

61- أماني جمالي مجاهد.(2010). مرجع سابق، ص23

62- حسين فاروق.(2010). مرجع سابق.

63- Fisher, Betsy.(2010). Jordan: The ArabCrunch Controversy Continues.

GlobalVoice. Retrived From :

<http://globalvoicesonline.org/2010/10/18/jordan-the-arabcrunch-controversy-continues/>

64- **www.adifni.com**

65- هند الخليفة.(2007). ست شبكات اجتماعية عربية لترشيح المحتوى ونشر الأخبار. جريدة

الرياض السعودية. ع14294 . استرجع من:

<http://www.alriyadh.com/272177>

66- نفس المرجع السابق.

67- حسين فاروق.(2010). مرجع سابق.

الفصل الثالث

فئات وخصائص الشبكات الاجتماعية المتاحة على العنكبوتية

0/3 تمهيد

يعالج هذا الفصل بعضاً من فئات مواقع الشبكات الاجتماعية والتقسيمات المختلفة لها بالإضافة إلى الخصائص تلك الشبكات والخدمات التي تقدمها لمستخدميها ومن ثم معماريتها.

1/3 فئات الشبكات الاجتماعية Categories Online Social network:

إن فرط انتشار مواقع الشبكات الاجتماعية قد خلق أنواعاً عديدة من تلك الشبكات ؛ مما نتج عنه تنوع في أسس تقسيم مواقع الشبكات الاجتماعية في أدبيات الإنتاج الفكرى المتعلق بذلك الموضوع، فتقسم حسب التقنية الفنية التي تبني عليها، أو، حسب جنسية الأشخاص حيث أن هناك العديد من الشبكات التي تنتمى لأماكن بعينها ولأعراق ولأجناس خاصة، أو، على أساس

الاهتمام الموضوعى لها، أو، على أساس المحتوى الخاص بها، وبصفة عامة يمكننا أن نستعرض التقسيمات المختلفة للشبكات الاجتماعية في الآتي:

أولاً : تقسيم كازينكو وموسيال ⁽¹⁾، Musial :

قدم كل من كازينكو وموسيال إطاراً نظرياً لتصنيف مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت من وجهة نظرهما ، حيث أشارا إلى أن تصنيفهما هذا يغطى العلاقات التى تنشأ نتيجة البناء الشبكي للكيانات من جهة و تقنيات الاتصال المختلفة بين الأفراد من جهة أخرى ، على الوجه التالى :

أ- شبكات مكرسة لخدمة هدف معين : تهتم تلك الشبكات بخدمة أغراض مجتمعية معينة مثل (شبكات التعارف والزواج ، الشبكات التجارية ، شبكات للصدقة ، شبكات للخريجين ، شبكات للتسلية والترفيه).

ب- شبكات غير مباشرة Indirect Networks: وهى تلك الشبكات التى لا تقدم خدمات مشابهة بين أقرانها بصورة مباشرة، وإنما الخدمات التشابكية تعتبر إحدى خدماتها مثل : خدمة التواصل المقدمة من البريد الإلكتروني، برامج الاتصال على الخط المباشر، وأدلة المتصلين على الإنترنت والمعروفة Book Address.

ج- شبكات الأنشطة المشتركة Common Activities Networks: تحرص تلك الشبكات على نشر المعرفة بين أفراد المجتمع المدنى وتقليل الفجوة المعرفية بينهم مثل : الشبكات التى تهتم بنشر الأبحاث العلمية المنشورة لخدمة المجتمع، والشبكات التى تنظم المؤتمرات والندوات التى ترعاها المنظمات الدولية.

د- الشبكات المحلية **local Networks** : يتمحور دور هذه الشبكات في تلبية احتياجات

المجتمعات المحلية التي ترتبط بنطاق جغرافي مشترك مثل الشبكات التي تخدم

الأشخاص القاطنون في مناطق جغرافية متجاورة ، وأفراد العائلة الواحدة ، والموظفين

العاملين بنفس الشركة أو ذات القطاع.

هـ- شبكات الروابط التشعبية **Hyperlink Networks** : وتعد تلك الشبكات ليست

كنظيراتها من الشبكات سالفه الذكر، حيث ترتبط تلك الشبكات بشبكة الروابط التي

تنشأ بين صفحة المستخدم الرئيسية وبين الصفحات الأخرى.

ثانياً : تقسيم شركتى كليكس ولينكس Clicks and Links لخدمات تكنولوجيا المعلومات⁽²⁾ :

أوضح التقرير الذي نشرته شركة Clicks and Links لخدمات تكنولوجيا المعلومات أن

مواقع الشبكات الاجتماعية قد تقسم بطرق عدة، إما على أساس الشكل المادى لها أو على أساس

الفئة الموضوعية التي تخدمها أو من خلال الخدمات المتاحة من خلال الموقع لمستخدميه ...إلخ. هذا

ويمكن أن نشير في ذلك التقسيم إلى الآتى :

أ- الشبكات الاجتماعية الشخصية **Profile-Based Social Networks** :

تعتبر تلك الفئة الأكثر شهرة وانتشاراً بين مواقع الشبكات الاجتماعية

المتاحة على الإنترنت، وقد سميت بذلك الاسم نظراً لأن خدمة الصفحة

الشخصية Profile هى الأساس في بنائها، فمن خلال تلك المواقع يستطيع

العضو إنشاء وتطوير صفحته الافتراضية بالشكل الذي يراه ملائماً له. وتمثل

تلك الصفحة تعبيراً عن هويته ومثيلاً لأرائه وأفكاره التي تدور في خلدته بشكل دائم، حيث يستطيع من خلالها المساهمة الفعالة والتواصل الاجتماعي بين أصدقائه بشتى الطرق ككتابة التعليقات النصية ، ومشاركة الروابط الشخصية، وملفات الفيديو، وإتاحة ملفات الصور الشخصية والمناسبات الاجتماعية بشكل منظم لخلق حياة اجتماعية ناجحة. هذا وقد نجحت المواقع نفسها في مشاركة محتوياتها مع بعضها البعض وخير مثال على ذلك موقع الفيسبوك الذي سمح للمستخدم أن يضع رابطته Link ملف فيديو من موقع اليوتيوب على صفحته الافتراضية داخل موقع الفيسبوك وتسمى هذه الخاصية في تقنيات الويب 2 خاصة المزج، ومن أشهر الأمثلة الخاصة بتلك الفئة موقع ماي سبيس، موقع الفيسبوك، وموقع ييبو.

ب- الشبكات الاجتماعية ذات المحتوى Content-Based Social Networks:

يقصد بالمحتوى في هذا السياق الشكل الذي صبت فيه المعلومات المتضمنة بالموقع مثل (الصور - ملفات الفيديو - أوعية المعلومات ... إلخ) ومن أمثلة تلك الفئة موقع فليكر الذي يهتم بمشاركة الصور بين المستخدمين وإمكانية تدوين التعليقات المناسبة لها.

ومن أمثلة تلك الفئات موقع شيلفري Shelfari الذي يسمح للقراء وعاشقي الكتب بالمشاركة والانخراط مع المجتمع الافتراضي الرقمي، ونشر ناتج ميولهم الأدبي بين الجميع، كما يقوم الموقع بحصر المؤلفين المرموقين الذين يجمعون بين الدقة العلمية والرصانة وجودة الأسلوب، فضلاً عن غزارة الإنتاج والمؤلفون المبتدئون، والناشرون، وعاشقوا الكتب والقراءة، وجمع تلك الفئات في مكان واحد ليسهل عملية التواصل الاجتماعية بينهم وبناء مجتمع يتم

فيه تبادل الآراء والأفكار، كما يهدف الموقع إلى تحسين الخبرات القرائية من خلال قنوات الاتصال المتمثلة في المحادثة الفورية والبريد الإلكتروني، ويمكن أن نستعرض الخدمات التي يوفرها الموقع لأعضائه على النحو التالي⁽³⁾:

- بناء معرض للكتب الخاصة بكل عضو وعرضها بالموقع.

- استعراض أكثر الكتب شهرة بين رواد الموقع.

- تقييم أوعية المعلومات التي حظيت بالإقبال من جانب رواد الموقع.

ج- الشبكات الاجتماعية ذات التسمية البيضاء White-label Social Networks :

وتعرف أيضاً باسم التفاعل الاجتماعي عبر استخدام تقنية التطبيقات الحرة على الإنترنت حيث تقدم تلك الفئة من الشبكات فرصة للمستخدمين في إنشاء أو الانخراط في مجتمعات افتراضية تعرف بـ mini-MySpace's فمن خلال تلك التطبيقات البرمجية الحرة مفتوحة المصدر عبر الإنترنت يستطيع الفرد أن ينشئ عالمه الافتراضي ويتحكم في الإعدادات الخاصة به، وإضافة الأصدقاء وضبط الإعدادات اللازمة لهم وتحديد الصلاحيات الخاصة بهم وإدارة حسابات الأعضاء، ووضع رتب خاصة بكل منهم. مما يعطى الفرصة لكل فرد أن يتحول من دوره مشاركاً في المجتمع إلى شخص يصنع مجتمع ويتشارك مع أفراداه اهتماماته وأنشطته ... إلخ.

د- البيئات التخيلية متعددة المستخدمين Multi-User Virtual Environments:

ومن أبرز تلك البيئات بيئة الحياة الثانية Second Life وهو عالم تخيلي Virtual ثلاثي الأبعاد متاح على الخط المباشر عبر شبكة الإنترنت يشبه إلى حد كبير الألعاب الإلكترونية - فئه لعب الأدوار المحكم متعدد

اللاعبين MMOPRG ، يوفر لقاطنيه بيئه إنغمارية An Immersive Environment يمكنهم داخلها التفاعل بحرية، وهو بذلك يتجاوز مفهوم اللعب إلى إتاحة الفرصة للأفراد من مختلف أنحاء العالم كي يبنوا نماذج لأشياء ويجروا تطبيقات متعددة كيفما يترأى لهم، كما يستطيعون من خلال معادليهم Avatars ممارسة أنشطة وأعمالاً داخل العالم التخيلي قد تتصل بشكل أو بآخر بالعالم الواقعي أو تكون قاصرة فقط على التخيل⁽⁴⁾.

هـ- الشبكات الاجتماعية المحمولة Mobile Social Networks :

اتجهت معظم الشبكات الاجتماعية في الآونة الأخيرة بإتاحة خدماتها عبر أجهزة التليفون المحمولة نظراً لما تتمتع به التكنولوجيا الجواله من مزايا تساعد على التواصل الآن بين الأفراد، حيث تسمح لمستخدمي الأجهزة المحمولة بالولوج إلى حساباتهم الشخصية من خلالها، ولعل موقع الفيسبوك، ييبو من أكثر المواقع إتاحة لتلك الخدمات.

و- مواقع البحث الاجتماعي Social Search :

أدى انتشار آلاف من مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت إلى ظهور مواقع خاصة بالبحث داخل الشبكات، فقد سميت هذه المواقع بالبحث الاجتماعي حيث تخدم الأعضاء في البحث عن أشخاص بعينهم داخل الشبكات الاجتماعية من خلال البحث داخل الحسابات الشخصية في مختلف المواقع، ويمكن للمستفيد البحث باسم شخص ما أو هوياته أو موقعه الجغرافي أو أية معلومات أخرى مسجلة في الحساب الشخصي المراد البحث عنه ومن أمثلة تلك المواقع موقع وينك www.wink.com، وموقع سبوكيو www.spokeo.com.

ز- المدونات المصغرة / سريعة التحديث - Blogging/Micro Presence Updates:

يسود بين أوساط مستخدمي الإنترنت بصفة عامة ومواقع الشبكات الاجتماعية بصفة خاصة ظاهرة التدوين المصغر الذي يأخذ شكل الرسائل الصغيرة، حيث يسمح للمستخدمين بنشر تفاصيل حياتهم اليومية على شبكة الإنترنت، و يُمكن هذا النوع من الشبكات المستفيد من الاتصال الدائم بأصدقائه ولا يجعله يعيش بمعزل عن غيره ومن أمثلة تلك المواقع موقع تويتر ، وموقع واين www.wayn.com

ح- المنتديات المحلية Local Forums :

على الرغم من التشابه الكبير بين تلك الفئة وبين مواقع الشبكات الاجتماعية في خصائصها وأهدافها إلا أن معظم الكتابات المتعلقة بمواقع الشبكات الاجتماعية لا تدرج تلك الفئة معها، ويرجع ذلك إلى سببين رئيسيين؛ أولهما إختلاف طبيعة تقنيات قنوات الاتصال بينهم، وثانيهما عدم قدرة المنتديات في إظهار العلاقات المباشرة وغير المباشرة الرابطة بين المستفيدين وبعضهم البعض، ومن أمثلة تلك المواقع على سبيل المثال لا الحصر www.eastserve.com, www.onsnetnunen.nl

ط- الشبكات الاجتماعية الفئوية Thematic:

هذه الشبكات بنيت لتجميع المجالات ذات الاهتمامات المشتركة معاً، فضلاً عن إعطاء الفرصة لأولئك الأشخاص ذوي الاهتمامات المشتركة الانخراط معاً في الحياة الاجتماعية الافتراضية، والأمثلة الخاصة بتلك الفئة كثيرة جداً، ولكن يعد موقع نيتممس من أبرزها www.netmums.com والذي يهدف إلى انشاء شبكة تربط الأمهات في بريطانيا ببعضهم البعض

لتبادل الآراء من خلالها، والتوصيات والمعلومات الخاصة بمدارس أولادهم، وأهم النصائح الخاصة بحديثى الزواج لجعلهم سعداء وناجحين في تكوين رابطة أسرية في المستقبل، ومن المواقع الرائدة أيضاً موقع ديفجيتواى www.deafgateway.info الذي يعمل كمنصة عريضة لتجميع العاجزين عن الرؤية (المكفوفين) في مكان واحد ليتواصلوا مع بعضهم حتى لا يعيشوا بمعزل عن غيرهم.

ثالثاً : تقسيم فيكى بروك⁽⁵⁾ :

أشارت فيكى بروك Vicky Brock في تقريرها أن مواقع الشبكات الاجتماعية يمكن ان تقسم إلى فئات هى :

أ- مواقع موجهة للترفيه **Leisure Oriented Sites** : وهى تلك المواقع التى يستخدمها المستفيدون لأغراض التسلية وبناء التجمعات الشخصية مثل ماي سبيس، الفيسبوك،

فريندستر، بيبو، اوركت، ويندوزلايف سبيس Windows Live Space.

ب- مواقع المشابكة المهنية **Professional Networking Sites** وهدف تلك الشبكات توظيفي بحث، حيث تقوم بتشجيع الشباب على العمل عن طريق إتاحة فرص العمل والإعلان عنها مثل لينكدإن LinkedIn .

ج- مواقع لمشاركة الوسائط المتعددة **Media Sharing Sites**: وتركز تلك المواقع على تبادل المحتويات ذات الأشكال المتعددة (ملفات الفيديو - الصور) مثل فليكر، اليوتيوب.

د- مواقع التجمع الافتراضي **Virtual Meeting Place Sites** : وهو عالم افتراضى يبنى ويتملك من خلال مستخدميه، حيث يستطيع أن يعيش العالم الحقيقى ولكن في شكل افتراضى، حيث يمر بمراحل التعليم

المختلفة ويعمل ويكسب قوت يومه ويتعرف على آخرين ويسافر عبر شاشة الكمبيوتر مثل

. Disney.s Toontown, Habbo Hotel, There.Second Life

هـ- مواقع حشد الالعب المتاحة على الخط المباشر Massively Multiplayer Online Games :

تسمح هذه المواقع للاعبها بالتفاعل، والمساهمة، والمنافسة بينهم على نطاق واسع مثل

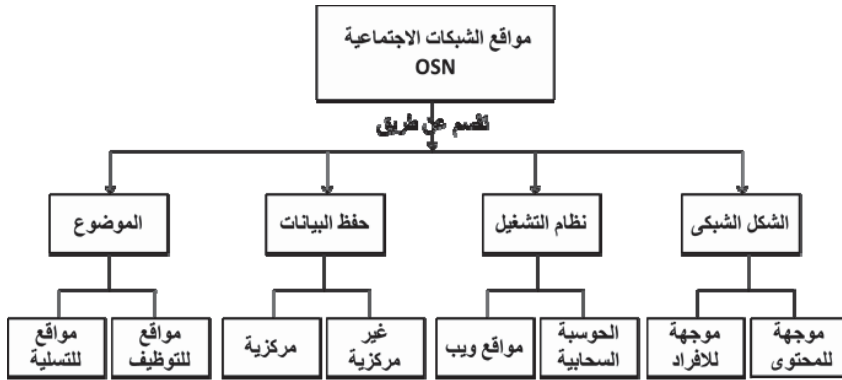
. Lineage 2 and Everquest,World of Warcraft

رابعاً : تقسيم جورج باليس George Pallis وآخرون⁽⁶⁾:

ذهب جورج باليس إلى تصنيف الشبكات الاجتماعية إلى عدة قطاعات تعكس وتغطي

الجوانب الرئيسية لتلك الشبكات. وكما هو واضح من الشكل (11) فقد قسمها إما من خلال

موضوعها، أو طريقة حفظ بياناتها، أو نظم تشغيلها، أو الشكل الشبكي لها.



شكل (11) يوضح تقسيم مواقع الشبكات الاجتماعية

أ- التقسيم الموضوعى للشبكات الاجتماعية وتنقسم إلى :

- الشبكات الترفيهية : معظم مواقع الشبكات الاجتماعية مكرسة للتسلية والترفيه، وهذا النوع يساعد مستخدمى الإنترنت على التسجيل في تلك المواقع بغرض التسلية والترفيه والمرح والتفاعل. ومواقع الشبكات الاجتماعية الأكثر شعبية وانتشاراً تركز على التسلية والترفيه بشكل كبير مثل الفيسبوك وماى سبيس هاى 5 وفليكر.

- شبكات التوظيف : في هذه الفئة ، تركز المواقع على إنشاء قنوات للاتصال بين المهنيين من أصحاب الشركات والموظفين وأولئك الذين يسعون إلى الإلتحاق بسوق العمل أو التنقل الوظيفي. حيث ينشئ الأعضاء حسابات شخصية تدرج بها ملخص عن عملهم ، خبراتهم ، إنجازاتهم ، ومؤهلاتهم.

ب- التقسيم على حسب طريقة حفظ البيانات وتنقسم إلى :

- شبكات مركزية : حيث تخزن البيانات داخل مواقع الشبكات الاجتماعية المركزية بشكل متجانس داخل (قطاعات، خوادم) وتحت نطاق إدارى واحد. وتعد هذه الطريقة هى الأكثر شيوعاً في معظم الشبكات الاجتماعية. وبرغم ذلك إلا أن مشاكل ذلك الأسلوب تكمن في صعوبة حماية الخصوصية مع قابلية الموقع للتوسع في ضوء إزدیاد حجم تطبيقات الأعضاء.

- شبكات غير مركزية : توزع البيانات في الشبكات الاجتماعية غير المركزية عبر عدة نطاقات إدارية من خلال خوادم التطبيقات Application Servers التى تسمح للمستخدمين بتشغيل البرامج الموجودة على الخادم من أجهزتهم دون الحاجة إلى تخزينها أو

تحميلها، ولكنهم يستطيعون تخزين نتائج عملهم فقط على تلك البرامج، ويعمل ذلك

النظام من خلال نظم سطح المكتب (نظام الند للند) المملوكة للأفراد.

ج- التقسيم على حسب نظم التشغيل وتنقسم إلى :

- الشبكات المرتكزة على بيئة الويب : وهى تلك الخوادم التطبيقية المستضافة بواسطة

مواقع الويب التى تقدم مجموعة من الخدمات والتطبيقات.

- الشبكات المعتمدة على البيئة السحابية : وهى تلك المواقع التى تعتمد في بنائها على

خدمات الحوسبة السحابية* حيث يخزن كل مستفيد بياناته في جهاز واحد افتراضى

يسمى الخادم الافتراضى ويتم صنع التطبيقات وإتاحتها عبر ذلك الجهاز.

د- التقسيم على حسب الشكل الشبكي وتنقسم إلى :

- شبكات موجهة للأفراد : وتركز تلك الفئة من مواقع الشبكات الاجتماعية على بناء شبكة

من العلاقات الاجتماعية ومشاركة المحتوى بين الأعضاء ذو الاهتمامات المشتركة سواء في

المجتمعات المتجانسة أو غير المتجانسة مثل الفيسبوك ، ماى سبيس ، ولينكد ان.

- الشبكات ذات المحتوى الموجه : وهذه الشبكات لا تضع في أولوياتها إنشاء علاقات

اجتماعية ولكن تهتم في الأساس بالاهتمامات المشتركة، ومن أمثلة تلك الشبكات:

المدونات، شبكات الرد على الإستفسارات، وشبكات رفع ملفات الفيديو.

* تعرف الحوسبة السحابية بأنها نقل عملية المعالجة من جهاز المستخدم إلى أجهزة خادمة عبر الإنترنت، وحفظ ملفات المستخدم هناك، ليستطيع الوصول إليها من أي مكان وأي جهاز، ولتصبح البرامج مجرد خدمات، وليصبح كومبيوتر المستخدم مجرد واجهة أوناظرة رقمية. وغالبا ما تستخدم الأجهزة الخادمة تقنيات الأوساط الافتراضية للسماح لعدة مستخدمين باستخدام الخدمة ذاتها

2/3 خصائص مواقع الشبكات الاجتماعية :

تشابه مواقع الشبكات الاجتماعية مع الأشكال المختلفة من تقنيات الإعلام الاجتماعي والمجتمعات الافتراضية التي تركز على أجهزة الحاسب في عملية الاتصال ، ولكن ما يميز تلك الفئة من مواقع الإنترنت اعتمادها على مجموعة من الخصائص في بنائها تسمح للمستخدمين منها بتقديم لمحة عامة أو شبه عامة عن حياتهم في ضوء ما يوفره الموقع من بيانات، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال. هذا وتختلف تلك الخصائص والوظائف الشبكية من موقع لآخر ولكن يمكن ان نستعرض اهم تلك الخصائص في الآتي :

أولاً : الحساب الشخصي ⁽⁷⁾ User Profile :

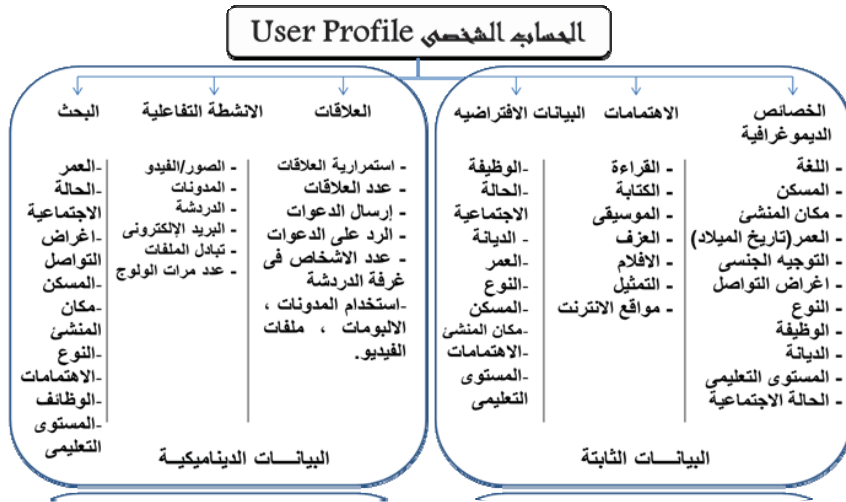
يُعرف الحساب الشخصي بأنه مجموعة السمات والخصائص المتعلقة بكل فرد والتي تميزه عن غيره داخل الفضاء الإلكتروني، حيث يتكون الملف الشخصي كما هو موضح في الشكل (12) من كل من :

أ- البيانات الثابتة **Static Data** : وهى تلك البيانات التى يدرجها المستخدم منذ الوهلة الأولى للتسجيل داخل الموقع، والتى تتمثل في البيانات الديموغرافية، والاهتمامات، والبيانات الافتراضية ؛ حيث لايسمح للقائمين على الموقع التغيير فيها أو تحريرها مرة أخرى.

ب- البيانات الديناميكية **Dynamic Data**: وهى تلك البيانات التى يتحكم فيها الموقع والتى يبرزها للمستخدم نتيجة المشاركة التفاعلية بينه وبين أقرانه بصورة مستمرة مثل : العلاقات، الأنشطة التفاعلية، والبحث والتى تتمثل في إرسال الدعوات للإصدقاء والرد عليها، ومعدل استخدام المدونات،

الألبومات، تبادل الملفات، وإنشاء الصفحات العامة والخاصة ومجموعات النقاش...

إلخ.



شكل (12) الإطار الهيكلي للحساب الشخصي - بشكل عام - لمواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت

(المصدر : katarzyna .Recommendation framework for online social networks; Musial , Przemyslaw , Kazienko)

ثانياً : الأصدقاء أو العلاقات: " وهي خدمة تمكن العضو من الاتصال والتواصل مع أصدقائه، أو

الذين يشاركونه نفس الاهتمام في المجتمع الافتراضي. وتمتد علاقة الشخص ليس فقط

بأصدقائه، ولكن تتيح الشبكات الاجتماعية فرصة للتعارف مع أصدقاء الأصدقاء بعد

موافقة الطرفين⁽⁸⁾

ثالثاً : إرسال الرسائل: حيث تمكن هذه الخاصية للأعضاء من إرسال رسائل إلى الأشخاص سواء كانوا

من ضمن قائمة الأصدقاء أو غرباء عنه⁽⁹⁾.

رابعاً : ألبومات الصور: توفر مواقع التواصل خاصية إنشاء الألبومات ورفع مئات الصور وإتاحة

المشاركات لهذه الصور Tag للإطلاع عليها وإبداء التعليقات، كما يستطيع أى فرد أن يرفع

مجموعة من الصور بامتدادات مختلفة Tiff⁽¹⁰⁾، bmp، Png، Gif،Jpg .

خامساً : ملفات الفيديو : هذه الخاصية توفر للعضو إمكانية رفع ملفات الفيديو الخاصة به ونشرها

داخل الصفحة الشخصية لمشاركتها بين أصدقائه داخل قائمة الأصدقاء، كما يتيح بعض

المواقع لأعضائها إمكانية تسجيل لقطات فيديو مباشرة عبر الموبايل وإرسالها كرسالة مرئية

إلى الموقع لنشرها⁽¹¹⁾.

سادساً : المجموعات : تمثل أهم خصائص الشبكات الاجتماعية في الوقت الحاضر لإعتبارها أساس

العمل الجماعى داخل الشبكات، حيث تقدم جميع الشبكات الاجتماعية إمكانية إعداد

مجموعة إهتمام لهدف معين أو أهداف محددة، وتنقسم المجموعات المتاحة إلى ثلاثة

أنواع فهناك مجموعات عامة لا تفرض قيود عند الاشتراك بها، وهناك مجموعات مغلقة

قاصرة على أفراد بعينهم ومجموعات سرية لا يعرف عنها شئ سوى مؤسسيها وأعضائها.

هذا وتوفر مواقع الشبكات الاجتماعية لمؤسس المجموعة أو المنتسبين والمهتمين بها

مساحة من الحرية أشبه بمنتهى حوار مصغر، كما تتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء في

المناسبات من خلال ما يعرف باسم الفاعليات Events ودعوة الأعضاء لتلك المناسبات،

ومعرفة أعداد الحاضرين وأعداد غير الحاضرين⁽¹²⁾.

سابعاً : الصفحات: " إبتدع هذه الفكرة موقع فيسبوك وتم استخدامها على المستوى التجارى بشكل

فعال، حيث تسمح هذه الخدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات

التجارية فرصة عرض السلع، أوالمنتجات للفئات التى يحددونها. ويقوم موقع الفيسبوك

باستقطاع مبلغ مع كل نقرة يتم التوصل إليها من قبل المستخدم⁽¹³⁾."

ثامناً : الفاعليات الهامة Events : وهذه الخاصية تتيح للمستخدمين إمكانية الإعلان عن حدث ما جارٍ

ك: المناسبات - أعياد الميلاد - إقامة الاحتفالات - الندوات - المؤتمرات - المعارض ...إلخ،

وأخبار الأصدقاء والأعضاء بها⁽¹⁴⁾.

تاسعاً : الإعلانات Ads : نتيجة لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية من ملايين الأعضاء فقد وفرت

مواقع الشبكات الاجتماعية خدمات الإعلان عن أى منتج يود أى عضو الإعلان عنها⁽¹⁵⁾.

عاشراً : خدمة المدونات : أصبحت هذه الخاصية متاحة في الكثير من مواقع التواصل الاجتماعي

وهى إمكانية التدوين من خلال الموقع، حيث توفر للعضو إنشاء ملف كامل عنه وعن

حياته واهتماماته فضلاً عن نشر روابط مفيدة في نفس مجاله ولها نفس الاهتمامات

المشتركة⁽¹⁶⁾.

حادى عشر : خدمات المحمول : نظراً لما تتمتع به التكنولوجيا الجواله من مزايا تساعد على

التواصل الإيعازى بين الأفراد ؛ ولأن مواقع الشبكات الاجتماعية تهدف إلى

الانتشار بين سكان العالم، فكان من أهداف تلك المواقع أن تقدم خدماتها عبر

أجهز الموبايل والسماح للمستخدمين بالولوج إلى حساباتهم الشخصية عبر أجهزة

الموبايل، والتمتع بمزاياه مع عدم وجود أى فارق بين أجهزه الحاسب وأجهزة

المحمول ولعل موقعى الفيسبوك و بيبو من أكثر المواقع إتاحة لتلك الخدمات⁽¹⁷⁾.

ثانى عشر : نظم التزكية Recommendation System :

اصبحت خدمات التزكية في الأونة الأخيرة جزءاً هاماً من مواقع الإنترنت عامة ومواقع الشبكات الاجتماعية خاصة، ولعل الدافع المادى كان سبباً في ظهور تلك الخدمات وانتشارها تأكيداً على مفهوم التجارة الإلكترونية، هذا وتهدف تلك الخدمات إلى مساعدة الأشخاص في إتخاذ قراراتهم حول الأشياء التى يفضلون شراؤها، والأخبار الأكثر قراءة، والأفلام الأكثر مشاهدة، والكتب الأكثر مبيعاً. وتعتبر تلك الخدمات ذات قيمة هامة في البيئات التى تتصف بزخم المعلومات بها، حيث ترشد المستخدم إلى نوعية العناصر (منتجات أو معلومات) التى يشتد عليها الطلب أكثر من غيرها. لذا تلعب تلك الخدمات دوراً هاماً في زيادة عملية البيع داخل الشبكات العنكبوتية⁽¹⁸⁾.

ثالث عشر : الألعاب الجماعية Multi Users Dungeons⁽¹⁹⁾:

تتيح معظم مواقع الشبكات الاجتماعية لأعضائها مجموعة من الألعاب الجماعية يعبر فيها الفرد عن ذاته من خلال تخيل نفسه الشخصية التى يريدها، ويعبر عنها بالرسوم الكارتونية والوصف النصى المكتوب الذى يعبر بها عن نفسه في قصة اللعبة.

رابع عشر : غرف الدردشة Instant Relay Chating⁽²⁰⁾:

هى شكل من أشكال الاتصال المتاحة عبر معظم مواقع الشبكات الاجتماعية والتى يتم من خلالها الاتصال بين شخصين أو أكثر من خلال الحوارات الكتابية، وتتيح غرف الدردشة داخل مواقع الشبكات الاجتماعية

فرصة التحدث إلى جميع الأصدقاء المتواجدين داخل نطاق شبكة الأصدقاء لكل فرد. هذا وقد طورت بعض الشبكات من كفاءة غرف الدردشة الخاصة بها عن طريق إتاحة استخدام ميكروفون يمكن سماع ما يقوله الأعضاء كل منهم للآخر. كما تتيح معظم مواقع الشبكات الاجتماعية إمكانية الانتقال بين الأعضاء والاشتراك في حديثهم أو الاستماع إليهم ودعوة أي شخص للانضمام للمحادثة.

3/3 معمارية الشبكات الاجتماعية على الإنترنت⁽²¹⁾ Architecture of OSNs:

تمثل مواقع الشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت مواقع ويب حيث :

اولاً : يركز دورها الأساسي على تأسيس أعضائها علاقات تشابكية بين أقرانهم من : الأصدقاء، زملاء الدراسة، زملاء العمل... إلخ، ثم دعمها وتوطيدها مع تحديد قوائم ذات وصلات رابطة تسمح بحرية التصفح فيما بينهم.

ثانياً : تشتمل على عدة تقنيات مبتكرة تخدم الفرد في بناء وتوطيد الشعور المجتمعي لديه بأشكال غير رسمية تتصف بطواعيتها ومرونتها، حيث يظهر شكل التفاعل بين الأعضاء وبعضهم البعض عبر نتاج إسهاماتهم المختلفة في تبادل المعلومات المشتركة بينهم في بيئة الفضاء المعلوماتي، ومشاركة الأنشطة التفاعلية المختلفة وتشمل : تحميل الصور، طرق الوسم tagging... إلخ.

ثالثاً : تتصف بإحتوائها لعدة خصائص - تنفرد بها عن بقية المواقع المتاحة على الخط المباشر - تسمح للفرد ب :

أ- تحديد ملامح السمات الشخصية له وإتاحتها عبر الموقع.

ب- ادراج الوصلات المختلفة له وتشمل وصلات الأصدقاء ، زملاء الدراسة ... إلخ.

ج- تلقى التلميحات أو الإخطارات بأحدث الأنشطة التي تتم بين الأعضاء وبعضهم البعض.

د- الانخراط والمشاركة في الجماعات أو الأنشطة المجتمعية.

هـ- التحكم في إعطاء إذن للتعليق، التحكم في كيفية التواصل مع الأشخاص، التحكم في كيفية عمل الوسائط المختلفة، التحكم في التطبيقات المتاحة، وإدارة الأفراد من حيث الإتاحة أو الحظر (الحجب).

هذا ويوضح الشكل (13) المنصة المعمارية لهيكله مواقع التواصل الاجتماعية وآليات تشغيلها، حيث تشمل على ثلاثة مستويات تتكامل فيما بينها لبناء مواقع ذات منظومة متكاملة وتلك المستويات هي:

المرحلة الأولى : إدخال وتخزين البيانات :

وتتكون هذه المرحلة من عنصرين :

العنصر الأول : مدير ملفات التخزين : وهو المسئول عن كفاءة تخزين المعلومات ذات الصلة بالعلاقات الاجتماعية للأعضاء (المخططات الاجتماعية) ومعالجة المشكلات المرتبطة بالسعة المتزايدة لقواعد البيانات. وعادة ما يتحقق ذلك عن طريق وجود ذاكرة مؤقتة ذات سعة تخزينية ضخمة وقاعدة بيانات علاقية.

العنصر الثاني : تخزين البيانات : ويضم عناصر البيانات المخزنة داخل الشبكة. ويمكن أن يضم عدة قواعد بيانات فرعية مثل قاعدة بيانات

الحساب الشخصي، قاعدة بيانات الصور والأفلام ، قاعدة بيانات التطبيقات.

المرحلة الثانية : إدارة المحتوى

تنحصر مسؤولية هذه المرحلة في ثلاث مهام رئيسية :

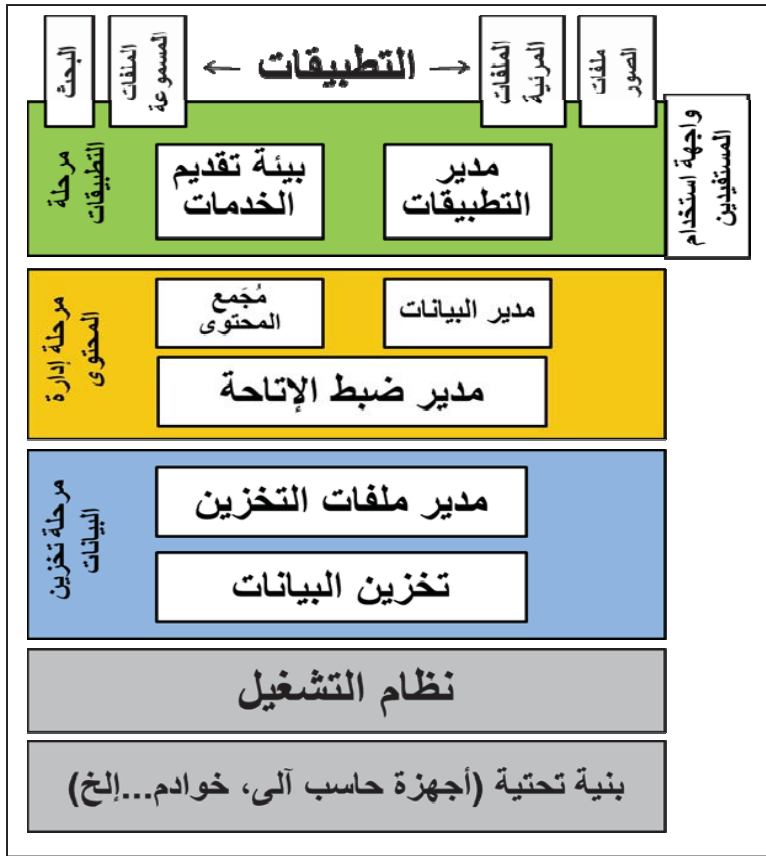
أولاً: تيسير دمج المعلومات الاجتماعية من مواقع الشبكات الاجتماعية الأخرى من خلال ما يعرف بجامع المحتوى، والذي يقوم بجمع وتنظيم المحتوى من أدوات الإعلام الاجتماعية فضلاً عن توزيع المحتوى إلى المنصات الأخرى للمواقع ذات الصلة.

ثانياً: توفير الصيانة واسترجاع محتوى المخطط الاجتماعي بواسطة مدير البيانات.

ثالثاً: توفير وضبط ومراقبة صلاحيات الإتاحة المعطاه للأعضاء عن طريق مدير ضبط الإتاحة.

المرحلة الثالثة : مرحلة التطبيقات :

توفر مواقع الشبكات الاجتماعية مجموعة من الخدمات مثل : البحث - الملفات المسموعة - الملفات المرئية - ملفات الصور - الملخص الوافي للمواقع - إتاحة الخدمات عبر الموبايل ... إلخ) التي تقدم من خلال ما يعرف ببيئة تقديم الخدمات. هذا ويتم تقديم التطبيقات للمستخدمين من خلال ما يعرف بمدير التطبيقات الذي يسهل عمليات التفاعل بين المستخدمين.



شكل (13) معمارية الشبكات الاجتماعية

المصدر: A. Vakali & L.C. Jain (Eds.) (2011): New Directions in Web Data

Management 1, SCI 331, Heidelberg : Springer-Verlag Berlin ,pp. 216-217.

وخلاصة القول أن المستفيد يستطيع أن يتفاعل مع منصة الشبكات الاجتماعية عبر طلب بروتوكول HTTP Hypertext Transfer Protocol. وبمجرد الولوج إلى عنوان الشبكة يستطيع التسجيل للاستخدام

كعضو دائم أو مؤقت. هذا وتتضمن مواقع الشبكات الاجتماعية خوادم تطبيقية متعددة توفر عدداً من الخدمات أو التطبيقات APIs حيث تقوم مواقع الشبكات الاجتماعية بإستلام طلبات تسجيل الأعضاء وتخزينها بقاعدة البيانات الخاصة بها وإحالة العضو لخدام التطبيقات المناسب، ثم يأتي بعد ذلك دور مُوَازِن التحميل المسئول عن مراقبة خوادم التطبيقات المتضمنة بالشبكة الاجتماعية، وتحقيق التكافؤ المستمر لسعة الخوادم، وإكتشاف الأخطاء ومعالجتها، ثم إعادة توجيه طلبات الأعضاء إلى الخوادم التطبيقية. هذا وتقوم الخوادم البيانية بتتبع وإدارة علاقات التواصل بين الأعضاء وعرضها في شكل إحصائي يعكس تردد زيارة الموقع، وعادة ما تركز معظم الشبكات الأعضاء الدائمين بحزمة من الصلاحيات والخدمات عن أولئك المؤقتين مثل: وضع التعليقات، نشر ومشاركة الأخبار، وتحميل الملفات. ويتيح النظام الفرعى المعروف بالضبط والتحكم (أكثر النظم الفرعية أهمية) تحديد إعدادات الخصوصية والأمن لكل عضو داخل الشبكة.

أما من ناحية توزيع ونشر المحتوى على الشبكات الاجتماعية. فتستخدم معظم مواقع التواصل الاجتماعي ما يعرف بخوادم التخزين المؤقتة cache servers والقادرة على زيادة سرعة تطبيقات الويب الديناميكي بتخفيض زمن تحميل خوادم التطبيقات. وعلى وجه التحديد تنطوي مواقع الشبكات الاجتماعية على عدة متطلبات مختلفة مقارنة بتطبيقات الويب التقليدية تتمثل في:

أ- العلاقات والثقة بين الأعضاء المتغيرة باستمرار، إذ يمثلان أهم الاختلافات الجوهرية في منصات الشبكات الاجتماعية، حيث يفرض ذلك السلوك على المصمم تبويب البيانات المرتبطة بالأعضاء

وتوظيفها وربطها بكياناتها ثم نسخ وتوزيع الخوارزميات المتعلقة بتلك البيانات.

ب- إحتوائها على عدد كبير من الملفات صغيرة الحجم التي يحتاج الوصول إليها بشكل متكرر وتحديثه باستمرار من قبل عدد هائل من الأعضاء، مما يتطلب وجود خوادم تعمل بنظام التحديث المستمر لمحتويات المواقع المضافة إليها، ولضمان تحسين أداء النظام تلجأ معظم مواقع الشبكات الاجتماعية إلى نشر وتوزيع محتوياتها عبر نظام CDNs الذي يعرف بشبكات نشر المحتوى Content Distribution Networks مثل Akamai وأنظمة الهيكل السحابي Cloud Infrastructures.

ويتم تخزين البيانات داخل مواقع الشبكات الاجتماعية إما مركزياً أو لامركزياً، من خلال توزيعها عبر نطاقات إدارية متعددة. ولكلا الطريقتين مميزات وعيوب ؛ فالتخزين المركزي وإن كان يتميز بالسهولة ورخص التكلفة إلا أنه عادة ما يثيره مشاكل مصاحبة له تتعلق بحماية الخصوصية وأمن المعلومات من ناحية والقابلية للتوسع المستقبلي من ناحية أخرى. وللتغلب على تلك القيود المفروضة يمكن تخزين البيانات لامركزياً عن طريق شبكات الند بالند Peer-to-Peer التي تقوم بعمليات تبادل الملفات والبيانات بين جهازين على شبكة الإنترنت حيث يعتمد على هذه الشبكات بكثرة في برامج مشاركة الملفات وتقاسمها.

مصادر الفصل الثالث

- 1- Kazienko, Przemyslaw and Katarzyn, Musial . Social Capital in Online Social Networks .- Available at :
[http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.106.6090&rep=rep1](http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.106.6090&rep=rep1&type=pdf)
&type=pdf 1-4-2011
- 2- Communities and Local Government(2008). Online Social Networks : Research Report .-London : Crown, p.12 – 14
- 3- <http://www.shelfari.com/Shelfari/AboutUs.aspx>
- 4- عبد الله حسين متولى(2009). الحياة الثانية على الإنترنت .- الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات ، ع31 ص55.
- 5- Brock, Vicky .(2007).An Introduction To Online Social Networks : What are they and why do they matter to business?[Report] . A Business Highlights Report from Highland Business Research, pp 2-3.
- 6- A. Vakali & L.C. Jain (Eds.) (2011); New Directions in Web Data Management 1, SCI 331, Heidelberg : Springer-Verlag Berlin ,pp. 216–217.
- 7- Kazienko ، Przemyslaw ، Musial ، katarzyna (2006) .Recommendation framework for online social networks .- Berlin :Springer-Verlag, p113-114.
- 8- وليد رشاد زكي (2010). الشبكات الاجتماعية : محاولة للفهم .- مجلة السياسة الدولية. ع 1 ، (ابريل 2010) ص 55
- 9- نفس المرجع السابق . ص 55
- 10- نفس المرجع السابق . ص 55
- 11- أماني جمال مجاهد (2010). استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة .- دراسات المعلومات .- ع8، مايو 2010 ، ص13

- 12- نفس المرجع السابق ص14
- 13- أماني جمال مجاهد (2010). استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة .- دراسات المعلومات .- ع8، مايو 2010 ، ص14.
- 14- نفس المرجع السابق ، ص14
- 15- نفس المرجع السابق ، ص14
- 16- نفس المرجع السابق ، ص14
- 17- نفس المرجع السابق ، ص14
- 18- Kazienko ، Przemyslaw ، Musial ، katarzyna (2006) Recommendation framework for online social networks .- Berlin : Springer-Verlag، p111.
- 19- علياء سامى عبد الفتاح (2011) الإنترنت والشباب : دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي.- ط2.- القاهرة : دار العلم العربي. ص30.
- 20- نفس المرجع السابق . ص29
- 21- A. Vakali & L.C. Jain (Eds.) (2011).Ibid

الفصل الرابع

المعايير العالمية لتقييم مواقع الشبكات الاجتماعية على العنكبوتية

0/4 تمهيد

يهتم هذا الفصل بإلقاء الضوء على الشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت من الناحية التقييمية موضحًا المعايير المرتبطة بتقييم تلك الفئة من الشبكات، والأساليب المختلفة لتقييمها. بداية فقد اتجهت أنظار كل من المؤسسات والمنظمات الرسمية وغير الرسمية والجمعيات الهادفة وغير الهادفة للربح والأفراد في الآونة الأخيرة إلى إنشاء وتصميم مواقع تشابكية لها، إما بغرض تكوين شبكات للتواصل الاجتماعي متخصصة في مجال معين لتخدم أعضائها ومستفيديها، وإما شبكات إجتماعية عامة لجميع الفئات دون التقيد بمعايير العمر، الجنس، التخصص الموضوعي في حساباتها.

ويدعم فكرة إنشاء وتصميم الشبكات الاجتماعية - المرتكزة على بيئة الويب أو البيئة السحابية - عدة أسباب، الأمر الذي ساعد على ذبوع انتشارها وشعبيتها وتزايد أعدادها بمعدلات سريعة. ومن أسباب ذلك الانتشار ما يلي:

أولاً: السهولة والمرونة في الاستخدام التي فرضتها تلك الشبكات قد أكسبها شعبية وجعلها ظاهرة فريدة بين أدوات وتقنيات الواقع الافتراضي في السنوات القليلة الماضية، إلى أن أصبحت هذه الشبكات تستقطب أكثر من ثلثي مستخدمي الإنترنت، وبرز دور هذه الشبكات الفعال في الظروف الطارئة والأحداث العالمية ؛ فعلى سبيل المثال ارتفع عدد أعضاء شبكة الفيسبوك من 15 مليون إلى 500 مليون عضو في الفترة من 2006 حتى 2010 كما شهدت شبكة ماي سبيس نموًا جدول رقم (1) ملحوظًا في عدد أعضاؤها من 66 مليون لتقفز إلى 122 مليون في الفترة ذاتها.

جدول (1) أكثر الشبكات الاجتماعية استخدامًا حتى عام 2010

الترتيب على حسب مواقع الإنترنت	عدد المستخدمين	الشبكة
2	500 مليون	الفيسبوك
35	122 مليون	ماي سبيس

ثانيًا: تعد الشبكات الاجتماعية - في الوقت الحاضر - أسرع وسيلة لبث وتبادل المعلومات والبيانات على الشبكة العنكبوتية، فقد يما لم يكن هناك أية مبادرات تقدم من قبل محركات البحث لتكشيف المحتوى المعلوماتي لتلك الشبكات أو وضع روابط تشعبية معها، إلا أنه بمجرد انتشار تلك الشبكات وظهور شعبيتها ألفتت الشركات الضالعة في البحث، مثل:

جوجل Google، ماي ويب MyWeb، ياهوو Yahoo إلى تلك الشبكات، ومن ثم أسرع
لإقامة الاتفاقيات والمبادرات الخاصة بتطوير آليات البحث المستخدمة في تلك الشبكات
وتكشيف محتواها سواء كان المحتوى نصيًا أو مرئيًا⁽¹⁾.

ثالثاً: كثافة التطبيقات APIs المتضمنة بالشبكات الاجتماعية والمستخدم في مجالات علوم
الحاسب قد أكسبها أهمية ضمن الموضوعات المرتبطة بتطوير الويب وصناعة تطبيقاته
والقضايا المتعلقة بالأمن والخصوصية على الشبكة العنكبوتية، حيث أبرزت الدراسات
الحديثة دور الشبكات الاجتماعية كحائط دفاع أول ضد الاعتداءات الموجهة عبر شبكة
الإنترنت والمستهدفة لتفتيت الوصلات واختراق حسابات الأشخاص وقرصنتها، ومن أمثلتها ما
يُعرف باعتداءات سيبيل⁽²⁾ Sybil attacks(*).

رابعاً: المعرفة والفهم الواضح لهياكل الكيانات داخل الشبكات الاجتماعية والعمليات التي
تم بها، حيث تمثل فائدة كبيرة لمصممي المواقع، والشبكات، ومحلي البيانات في
بيئة الويب، فأصبحت الدراسات المستقبلية تهتم بدراسة بناء خوارزميات
Algorithms ودلالات جديدة للشبكات الاجتماعية القادرة على استنتاج الدرجة
الفعلية للاهتمامات المشتركة بين شخصين، والتحقق من هوية المستخدم بسهولة عبر

⁽¹⁾ هو إعتداء يستهدف موثوقية وصحة البيانات وإفسادها من خلال تزيف الهوية حيث يمكن لهذا الإعتداء أن
يخترق التخزين الموزع للبيانات، وآليات التوجيه المستخدمة في الشبكات وتجميع البيانات وتوزيع الموارد
وبالتالي فإذا دمجت الهويات المزيفة يمكن للمعتدي أن يظهر في مواقع مختلفة من الشبكة بهويات مختلفة
مما يزيد من احتمالية اختيار عقدة سيبيل كجزء شرعي من مسار التوجيه. وقد تقوم مجموعة من العقد
المزيفة إلى إرسال تعزيزات سلبية تطعن في صحة مجموع البيانات التي أرسلتها العقد. هذا وقد توصلت
دراسة (Garriss, Kaminsky, Freedman, Karp, Mazieres, & Yu, 2006) إلى إمكانية استخدام
الشبكات الاجتماعية للتخفيف من رسائل البريد الإلكتروني المزعجة وتصميم متصفح بأدوات إضافية لديه
القدرة على إظهار بيانات الأصدقاء بشكل أفضل.

مجموعة من الكيانات الدالة على الأشخاص الآخرين، فضلاً عن الفهم العام لمواطن القوة ونواحي الضعف ؛ لوقف عمليات التلاعب والقرصنة التي يمكن أن تحدث⁽³⁾.

خامساً يمكن للشبكات الاجتماعية أن تؤثر على مستقبل مواقع الشبكة العنكبوتية المعروفة بالإنترنت، حيث إنها في الأساس شبكات إجتماعية بين كيانات، ولعل تردد المستخدمين عليها بشكل مكثف وبنطاق عالٍ قد أثر على حركة المرور Traffic المتعلقة بفئات المواقع الأخرى⁽⁴⁾.

سادساً : تستطيع الشبكات الاجتماعية أن تدعم هيكله السلوك الاجتماعي، وبالتالي يستطيع العلماء المنتمين للعلوم الاجتماعية بحث ودراسة أشكال جديدة للسلوك الاجتماعي الناشئ في الفضاء الإلكتروني، وكذلك مقارنة النظريات الحالية لما يتم في الشبكات الاجتماعية المغلقة والشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت⁽⁵⁾.

1/4 أبرز المعايير العالمية لتقييم مواقع الشبكات الاجتماعية على العنكبوتية :

بالرغم من عدم وجود اتفاق - حتى الآن - حول معايير مقننة لتقييم مواقع الإنترنت بشكل عام والشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت بوجه خاص، إلا أن هناك إلحاحاً متزايداً على ضرورة التقييم من قبل المنشغلين في المجالات المختلفة، والتي تمثل قنوات تواصل فعالة بين شعوب العالم أجمع، فمواقع الإنترنت تتسم بالديناميكية أى عدم الاستقرار والثبات، كما أن بعضها يختفي بسبب تجاهل تجديد الاشتراك مع الجهة المضيفة، وهناك مواقع أخرى لايحترم المسؤولون عنها حقوق الملكية الفكرية والأمانة العلمية، كل هذه الأسباب تشكل تحدياً للمهتمين بموضوع تقييم مواقع الإنترنت بشكل عام

والشبكات الاجتماعية على وجه الخصوص، وهذه الآليات تحتم ضرورة إيجاد آليات للتمييز بين الشبكات الاجتماعية الرصينة وغير الرصينة.

أولاً : تقييم تشايلدنت الدولية Childnet International :

أعدت منظمة تشايلدنت الدولية * عبر موقعها ديزين diizen.org تقريراً بحثياً يتضمن عدة معايير قد صيغت في صورة قواعد إرشادية أو قائمة مراجعة Checklist تبرز عدة عناصر ينبغي على مدير، ومصمم، ومطوري الشبكات الاجتماعية الالتزام بها إزاء شروعاتهم في تصميم تلك الفئة وهي كالتالي :

(1) البيانات التعريفية بالشبكة AboutUs : ينبغي على مطوري الشبكات الاجتماعية إتاحة

صفحة داخل الشبكة تقدم لمحة موجزة عن النشأة التاريخية، وكيفية الاستخدام، والجمهور المستهدف، والخدمات المتاحة، وكيفية التعامل مع التطبيقات المدرجة بالشبكة؛ حيث تعد تلك المعلومات ذات أهمية للأعضاء الجدد في معرفة الخدمات التي تقدمها الشبكة، ومدى اشباع تلك الخدمات لاحتياجاتهم⁽⁶⁾.

(2) فئات العضوية Membership Types : يجب على مطوري تلك الشبكات إتاحة أنماطاً

مختلفة من الحسابات الشخصية لأعضائها من حسابات مجانية وأخرى مدفوعة، فإذا أراد أحد الأعضاء مساحة تخزينية عالية وخدمات أخرى تمكنه من وضع الدعاية والإعلان للأغراض المختلفة، سواء كانت تجارية أم ثقافية، فعليه أن يقوم بشراء حساب بمقابل مادي يتوافر لديه تلك الصلاحيات الإضافية⁽⁷⁾.

* منظمة دولية تولى اهتماماً بتقديم المعلومات وتبادلها بين المعلمين والاباء والمهنيين والاطفال وتشجيعهم على استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في التعليم الإلكتروني.

(3) القيود العمرية Age Restrictions : ينبغي على مدير تلك الشبكات تحديد الفئة

العمرية للمستخدمين وإدراجها في سياسة الاستخدام الخاصة بالشبكة، إذ إن معظم تلك الشبكات -وليس كلها- تشترط في سياسة الاستخدام الخاصة بها ألا يقل عمر الأعضاء المستفيدين من خدماتها عن 13 عامًا، إلا أن هناك شبكات أخرى، مثل: ماي سبيس تشترط أن يبلغ سن العضو 14 عامًا، في حين أن شبكة فليكر لا تضع قيودًا عمرية، هذا وتسمح شبكة نينغ باستخدام العام لجميع الفئات العمرية دون التقييد بشرط، إلا أنه لا يسمح للأعضاء الذين لم يتجاوزوا سن الـ 13 عام بإقامة ما يعرف بخدمات المجتمعات العامة أو الخاصة ؛ لذا ينبغي على الشبكات الاجتماعية أن تضع في سياسة استخدامها القيود العمرية من أعضائها ⁽⁸⁾.

(4) خصوصية الملف الشخصي وتحرير الإعدادات المرتبطة بالعضو Profile Privacy and Moderation Settings

: يعد الملف الشخصي للأعضاء أكثر العناصر مشاهدة في الشبكات الاجتماعية، فهو بمثابة العمود الفقري في معظم خدمات الشبكات الاجتماعية ؛ نظرًا لكونه الوسيلة الأساسية الفعالة لتعبير الأعضاء عن ذاتهم عبر الويب، حيث يشتمل على عددًا من الأنشطة الهامة التي تتم بداخله، مثل: كتابة التعليقات، ومشاركة المحتوى، وعرضها للأعضاء، وهناك بعض الشبكات التي تتوسع في حقول الملف الشخصي للأعضاء بإعطاء تفاصيل الاتصال الخاصة بهم، مثل: (عنوان السكن - البريد الإلكتروني - رقم التليفون)، والتفاصيل المتعلقة باهتماماتهم وإنشطتهم. لذا يجب أن يراعي القائم بعملية التصميم النقاط التالية ⁽⁹⁾:

- أن يتوافر مستوى أمثل للخصوصية لأعضاء الشبكة.
 - أن يستطيع المستفيد تطبيق ضوابط الخصوصية ليقرر من لهم الحق في الاطلاع على البيانات المتاحة داخل حسابه الشخصي.
 - أن توفر الشبكة الاحتفاظ بالبيانات الخاصة للأعضاء إذا ما أرادوا ذلك وحجبها عن باقي الأعضاء.
 - السماح للعضو باستخدام الأسماء المستعارة عند الولوج للشبكة.
 - السماح للعضو بتجميد الملف الشخصي أو حذف البيانات المتعلقة به بشكل مرن.
 - أن يتوافر للعضو إمكانية تكوين الصداقات بشرط الحصول على موافقة مسبقة من الشخص الآخر.
 - إمكانية ضبط وتحكم ما يعرف بلوحة الحائط * Wall داخل الملف الشخصي.
 - التحكم في الرسائل الخاصة وإدارتها.
- (5) **حزمة الأدوات المجتمعية Members Toolkit** : ينبغي على المطورين عند تحديث الشبكة إتاحة الأدوات التشابكية والتفاعلية التي تمكن المستخدمين من إنشاء الجماعات Groups والمنتديات Fourms، غرف الحوار Chat Rooms إلخ⁽¹⁰⁾.
- (6) **رفع الملفات File Upload** : ينبغي على مطوري الشبكات الاجتماعية عند تقديمهم لتلك الأداة وضع الاعتبارات التالية :
- أنواع الملفات التي يمكن للشبكة استيعابها بحيث يتم توفير أكبر قدر من صيغ الملفات تستوعبها الشبكة.

* هي عبارة عن مساحة مخصصة بصفحة الملف الشخصي للعضو بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا العضو.

- الحد الأدنى للملفات القابلة للرفع.
- حجم الملفات التي يتم رفعها.
- الآليات اللازمة لعرض المحتوى.
- طرق مشاركة المحتوى بين الأعضاء.

(7) **الجماعات Groups** : يجب على مطوري تلك الشبكات تقديم مجموعة من المساحات والأدوات التعاونية يطلق عليها الجماعات لأعضائها ولمستفيديها من غير الأعضاء، وتنقسم خدمة الجماعات إلى:

أ- **إعدادات الجماعة Group Settings** : حيث يجب أن يراعي مطوري الويب حال ضبط إعدادات الجماعة ما يتعلق بمدى توافر القدرة لدى الأعضاء في جعل الجماعة خاصة أو عامة أو مغلقة على أعضاء بعينهم، وما إذا كان من الممكن أن يتم التحكم فيمن ينضموا إليها.

ب- **أدوات الجماعة Group Tools** : حيث يجب أن يراعى مطوري الويب حال ضبط أدوات الجماعة ما يتعلق بخيارات الضوابط والقيود التي يمكن فرضها على الجماعات.

(8) **خدمة الموبايل Mobile Service** ينبغي على المطورين إتاحة تلك الخدمة بما يتناسب مع أنظمة التشغيل المختلفة للهواتف الذكية، مع مراعاة التكاليف التي يمكن أن تحملها العضو.

(9) **البحث Search** : ينبغي على مطوري تلك الشبكات توفير خدمات البحث عن الأعضاء وماهية المعلومات المتوفرة لدى كل عضو، وآليات البحث عن الأعضاء الآخرين عن طريق محركات البحث العنكبوتية.

(10) **التصميم والتخصيص Design and Customization** : ينبغي على مصممي تلك

الشبكات إتاحة قوالب تصميم جاهزة Templates يستطيع أن يستخدمها الأعضاء لتغيير شكل ولون الحساب الشخصي الخاص بهم.

(11) **الإعلانات Adverts** : يجب على مصممي تلك الشبكات وضع اللوحات الإعلانية في مكان

واحد وثابت بالشبكة لايتغير، بحيث تظهر بشكل تناوبي حسب الترتيب الذي اختاره واضع الإعلان، ففي الآونة الأخيرة نرى أن الشبكات الاجتماعية تضع مجموعة من اللوحات الإعلانية، غالبًا ما تكون تلك اللوحات لشبكات أخرى، الهدف منها الدعاية والإعلان، سواء بمقابل مادي، أو من أجل التبادل الإعلاني فقط، ونظرًا لكثرة الطلب على مثل هذه اللوحات، قد يلجأ صاحب الشبكة لوضع هذه الإعلانات بأماكن مختلفة، مما قد يؤدي إلى تشويه شكل الشبكة، فضلًا عن ما يمكن أن تسببه تلك الإعلانات من إزعاج وشوشه للزائر، خصوصًا إذا كانت موضوعة بشكل عشوائي غير متناسق

(12) **الأمن والإتاحة Security and Access** :

أ- **ملكية المحتوى Content Ownership** : أصبح تقاسم الأفكار والمعلومات والمفاهيم عبر الشبكات الاجتماعية، أمرًا واقعيًا ومفروضًا في عالم التواصل الاجتماعي؛ وبالرغم من ذلك فإننا في هذه العملية - تقاسم البيانات - قد نقدم ضمنيًا بيانات ومعلومات عن اهتماماتنا، أو أماكن تواجدها والوظائف التي نشغلها بشكل مفصل عما كان يحدث في الماضي، فعندما يكون المحتوى الذي ينشره

أعضاء الشبكات الاجتماعية ملگًا لأطراف آخرين يقومون بتوزيعه عبر الإنترنت، فقد يواجه هؤلاء الأعضاء صعوبات جمة في حذف البيانات الخاصة بهم أو تغييرها، وعلى الرغم من أن كثيرًا من مقدمي خدمات الشبكات الاجتماعية يحرصون على ملكية الأعضاء للمحتوى الذي ينشر بواسطتهم عبر الإنترنت، فإن مفهوم ملكية البيانات قد يكون محل نزاع؛ حيث تحتفظ معظم الشبكات الإجتماعية لنفسها بحق تعديل المحتوى أو نشره أو توزيعه حسبما يترأى لها، وعادة - وليس على الإطلاق - ما تنشر الشبكات الاجتماعية تفاصيل سياساتها الخاصة بملكية البيانات، وتوزيعها، واستخدامها، وحذفها وتغييرها، والمتعلقة بالخصوصية ضمن الاتفاقيات المنشورة على الشبكة تحت بند "شروط الاستخدام"، أو، "شروط الخدمة"، أو، "الشروط والأحكام". هذا وتختلف شروط الاتفاقيات التي تبرمها الشبكات لأعضائها اختلافًا جذريًا، فعلى سبيل المثال : تمنح شبكة ماي سبيس الشهيرة لأعضائها رخصة حق التحرير والتعديل والحذف في البيانات وعرضها على الشبكة، إلا أنه لايسمح ببيع تلك البيانات. والقليل من هذه الشبكات يذكر صراحة أن حقوق الملكية الخاصة بالمحتوى تخص الأعضاء، بينما لا تحتفظ شبكات أخرى بحقوق ملكية المحتوى الذي ينشره الأعضاء، على الرغم من الغموض الذي يكتنف الشبكات الاجتماعية بوصفها مواقع تتخلى قانونيًا عن حقوق الملكية، لذا على مطوري تلك الشبكات مراعاة إدراج بند ينص على حقوق ملكية المحتوى، فضلاً عن ضرورة

تصميم القنوات المختلفة لإعلام الأعضاء بسياسة استخدام البيانات والصور والمحادثات داخل ملفاتهم الشخصية

ب- المحتوى غير اللائق **Adult Content** : يجب على مديري الشبكة Admin اتخاذ الإجراءات اللازمة لمنع الأعضاء من رفع ومشاركة المحتوى غير اللائق أو المخالف للآداب والأديان، ومن ثم فرض العقوبات الرادعة للأعضاء الذين يخالفون ذلك، والتي تتمثل في حذفهم أو تجميد عضويتهم.

ج- إدارة المحتوى غير اللائق **Managing Inappropriate Content** : ينبغي على المطورين إتاحة أداة تمكن مدير الشبكة من مراقبة ما ينشر على الحسابات الشخصية للأعضاء.

د- سلامة المعلومات **Safety Information** : يجب على مديري تلك الشبكات مراقبة المعلومات التي تنشر بشكل دوري بالإضافة إلى إخطار الأعضاء بشكل مستمر بالطرق اللازمة لضمان سلامة المعلومات وسريتها .

13 عرض المحتوى ونقله **Viewing and Moving Content** :

أ- الحصول على المحتوى الخارجى **Getting External Content In** : ينبغي على مطوري الشبكات ضمان سهولة تخصيص الأعضاء لمساحات تخزينية خاصة باستيراد المحتوى والأدوات من الشبكات الأخرى، وتفعيل آليات رفع المحتوى عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

ب- تصدير المحتوى Content Out : يجب على مطوري الشبكات الاجتماعية إضافة

خيارات خاصة بتصدير المحتوى للشبكات الأخرى، مثل : تصدير المحفظة الإلكترونية*

أو المدونة الشخصية.

14) شروط الاستخدام Terms of Use : ينبغي على مطوري تلك الشبكات إتاحة قائمة

تحصر شروط الاستخدام وإلزام الأعضاء بقراءتها وفهم شروطها، وتتضمن تلك الشروط

بنوداً ببيانات الأعضاء التي تشير إلى أغراض تجارية، وكيفية جمع البيانات المتعلقة

بالأعضاء والتحذير من استخدام البرمجيات الخبيثة.

ثانياً : تقييم شركة نتورك ميديا تيتش Tech Media Network:

ومن ناحية أخرى فقد نشرت شركة نتورك ميديا تيتش الرائدة في خدمات الويب والأدوات

البرمجية والتسويق الإلكتروني عبر موقعها على شبكة الويب عدة معايير يجب أن يتم توافرها في

شبكات التواصل الاجتماعي وهي ⁽¹²⁾:

1) البيانات الديموغرافية : حيث يراعي مطورو الشبكات أن يشتمل ذلك القسم على

المعلومات الخاصة بالفئة العمرية للاشتراك، وشروط الاستخدام، وأهداف الشبكة، واللغات

المتاحة، وكيفية استخدام الإعلانات.

2) الملف الشخصي : يجب على مطوري تلك الشبكات الالتزام

بتوافر العناصر التالية : محرر الملف الشخصي – تخصيص الواجهات –

هي عبارة عن مجموعة من الأدلة الإلكترونية تدار من قبل المستخدم على شبكة الإنترنت. وقد تتضمن هذه الأدلة الإلكترونية نص تم إدخاله، وملفات إلكترونية، وصور وسائط متعددة و مقالات أو مدونات، وروابط. وتظهر المحفظة الإلكترونية قدرات المستخدم كما تستعمل كمنبر للتعبير عن الذات. ويسمح وضعها على الإنترنت بتطوير محتوياتها بشكل ديناميكي مع مرور الزمن. هذا وتسمح بعض تطبيقات المحفظة الإلكترونية بدرجات متفاوتة من ولوج الجمهور، لذا يمكن استخدامها لأغراض متعددة.

تخصيص لغة برمجية للتطوير، مثل: CSS,HTML - تخصيص سطر المسار الموحد URL -

الصور - نشر التعليقات - قائمة بالاصدقاء - المدونات الشخصية - والتطبيقات

(3) الأمن : ينبغي على ذلك القسم أن يشتمل على : إعدادات ضبط الخصوصية - حجب

الأعضاء غير المرغوب بهم - تقارير الإساءة والانزعاج من الأعضاء أو الجماعات - ونصائح

لضمان سرية المعلومات وسلامتها.

(4) الأدوات التشابكية: يجب على مطوري تلك الشبكات توفير الأدوات التي تساعد

المستخدمين على التواصل، وتشمل غرف الدردشة - الرسائل الفورية - الوسم -

النشرات - الجماعات والمنشآت - البريد الإلكتروني - تطبيقات الموبايل - رفع

ملفات الموسيقى والفيديو - تطبيقات الألعاب - الإعلام عن الندوات والمؤتمرات

والمناسبات والكتب.

(5) البحث : يراعى على مطوري تلك الشبكات توفير عدة اختيارات للبحث داخل الشبكة،

مثل البحث بـ : الاسم - عنوان البريد الإلكتروني - المدرسة - الجامعة - الدولة أو المدينة

- الاهتمامات - والكلمات الدالة.

(6) الدعم الفني : يراعى أن تشتمل الشبكة على قنوات مختلفة للإتصال بالدعم الفني أو

المشرفين عليه من خلال: البريد الإلكتروني الخاص بالقائمين على الشبكة - الأسئلة الأكثر

شيوعاً FAQ - والمنشآت التابعة للشبكة.

ثالثاً : تقييم جينيفر بريجر Jennifer Barrigar :

وبينما توضح الجهود السابقة المعايير التي يجب مراعاتها عند تصميم وإنشاء الشبكات الاجتماعية بغرض إتاحتها على الشبكة العنكبوتية، أعدت جينيفر بريجر تقريراً يتضمن مجموعة من التوصيات يُراعي اتباعها عند تطوير أو إعادة التصميم للشبكات الاجتماعية، وتتمثل في :⁽¹³⁾

(1) توافر الأمانة والوضوح والشفافية من خلال جودة ومصداقية المعلومات المتوفرة بها.
(2) توافر مجموعة من عناصر الجذب مما يشجع العضو الذي يقرأ محتوياتها لأول مرة على العودة إليها مرة أخرى.

(3) إتاحة وضع الصور والرسوم المتحركة بتنسيقي فلاش Flash وجافا سكريبت JavaScript على الصفحة مما يضيف مزيداً من الجاذبية والتشويق، ومع ذلك فإن وجود مثل هذه الإيضاحيات بأحجام كبيرة ومعقدة أو بأعداد كثيرة من شأنه إبطاء عمليات التنقل بين صفحات الشبكة وإبطاء عملية التحميل.

(4) ينبغي على تلك الشبكات أن تضع نصب أعينها تطوير الرموز الجغرافية التي تسمح بتحديد النطاق الجغرافي للأعضاء، وتجاهل تقديم معلومات شخصية صريحة، مثل: ZIP/Postal codes.

(5) إدراج خريطة الشبكة بشكل منطقي وبديهي يتقبله الأعضاء المشتركين، لاسيما وأن الخرائط على اختلاف أشكالها من أهم العوامل المساعدة في اكتشاف محركات البحث لمحتويات الشبكات.

(6) العمل على التمييز بين المعلومات المطلوبة من المستفيد، والتي تُعرف عن هويته وبين تلك المعلومات التي يمكن أن تستخدم لأغراض أخرى.

للمؤسسات الإعلامية، والسياسية، وغيرها من المؤسسات الأخرى في الحفاظ على النظام النمطي الذي تعتمد عليه أسطورة المركز الواسطي. لذا يجب ألا نندهش عندما اشترى إندمول **Endemol** مُطَوِّر علامة بيج براذر **Big Brother** التجارية 50% من أسهم موقع شائعات الشهرة هولي مولي **Holy Moly** في مارس 2011.

وبالتالي توفر ثقافة الشهرة، بأنماطها وتراتبياتها، مثلاً ملموساً على كيفية إسهام الممارسات المرتبطة بوسائل الإعلام في عمليات أوسع من التنظيم الاجتماعي ينخرط فيها عدد كبير من السكان. ومع ذلك تظل ماهية النتائج المترتبة على مثل هذا التنظيم من أجل تنظيم اجتماعي أوسع غير مُفسرة . وذلك موضوع الفصل التالي.

الفصل الرابع

وسائل الإعلام والتشكيل الخفي للعالم الاجتماعي

“الحكي للمجتمع، أن تقدمه لنفسه، وهو... ما تفعله الأنظمة السردية”

ميللي بونانو **Millie Buonanno**

في الفصل السابق حاولت بناء تفسير لعلاقة وسائل الإعلام بالسلطة، من القاع للقمة، باختبار كيفية مساهمة الممارسات، ولاسيما الطقوسية، في الشكل الاجتماعي. فعلت ذلك بروح بولتانسكي **Boltanski**، و ثيفنت **Thévenot**، بدون إجراء أي افتراضات حول تماسك روابط المجتمع. كان مفهوم الربط الرئيسي هو “الفئة” طالما إن الممارسات مصنوعة أكثر لخدمة السلطة بكونها منظمة حول الفئات، واختلاف الفئات. جرى استكشاف طقوس الإعلام والممارسات الطقوسية حول وسائل الإعلام كأمثلة على الفئات في العمل، بنهاية الكتاب سوف نكون انتقلنا من انتشار واضح لا حصر له للممارسة إلى فهم بعض الأشكال الاجتماعية الرئيسية المشككة بواسطة وسائل الإعلام المعاصرة: تليفزيون الواقع، والأحداث الإعلامية، و”ثقافة” المشاهير.

في هذا الفصل نستكشف الآثار المترتبة الأشمل لمثل هذه الأشكال الاجتماعية الواسطة من أجل المعرفة الاجتماعية وتنظيم الحياة الاجتماعية. كما ذكرت في الفصل الثاني، مشكلة “التأثيرات” هي إحدى أقدم وأصعب الدراسات في مجال الإعلام : المضي قدماً يعني أن نتجنب محاولة توضيح إن ما يعتقد الناس يتغير كنتيجة للتعرض لمحتوى إعلامي معين. لذا نحن مهتمون أكثر بما يفعله الناس بانتظام ، والظروف التي يستطيعون العمل في ظلها. ثمة مفهوم أساسي في هذا الفصل هو التطبيع. بأساليب كثيرة ومتنوعة، لا تُطبع وسائل الإعلام “صورة” متماسكة للعالم، إنما أبعاد محددة، وسمات فتوية و”حقائق” تعطل التفسيرات البديلة للعالم، وبالتالي تُغرس هي نفسها اعتيادياً في كل فعل وفهم. بهذه الطريقة، تساهم وسائل الإعلام في تقدير ما يمرر إلى المعرفة الاجتماعية في المجتمعات الثرية إعلامياً. مرة أخرى أطروحة هذا الفصل تنتوي تكملة وليس إحلال مداخل الاقتصاد السياسي لسلطة الإعلام: تركيزها ليس على الانتاج الإعلامي أو اقتصاديات الإعلام ، وإنما على الآلية التي من خلالها يصبح تمثيل وسائل الإعلام للعالم الاجتماعي مغروساً في الممارسة. غني عن القول، إننا لا نستطيع تغطية إلا القليل من نقاط الدخول إلى هذا الموضوع الواسع.

التطبيع ليس خاصية حصرية لوسائل الإعلام فحسب: إنه تأثير كل أشكال القوى التي تنشئ خريطة محددة لـ”ماهو” (بحسب عبارة بولتنسكي). هناك تأثيران مترتبان. أولاً، أين تتعارض خرائط “ماهو” الإعلامية مع خرائط القوى الأخرى (من مصادر الدين أو الدولة على سبيل المثال)، ثم قد يحدث نزع طبيعية تلك الخرائط الأخرى: الدور الحديث لتلفزيون الواقع في الشرق الأوسط مثلاً حياً على ذلك. ثانياً، أين تتوافق خرائط (ماهو) الإعلامية مع الخرائط الأخرى (على سبيل المثال، من الشركات القوية، والحكومة في الديمقراطيات الليبرالية الجديدة مثل الولايات المتحدة، والمملكة المتحدة)، النتيجة هي تطبيع مكثف، أو ما قد نسميه “تثبيت ملموس” لقيم معينة، وتمييز واستبعاد من الخطاب الثقافي، والاجتماعي، والسياسي. يحول هذا التثبيت مساحة حرية وسائل الإعلام الواضحة إلى منطقة من “التباين الدائم”.

الطبيعة المميزة لسلطة وسائل الإعلام

فيما يلي ، أقدم تقديراً موضوعياً لسلطة الإعلام كشكل من السلطة الرمزية. أولاً، مع ذلك، يجب علينا التعامل مع بعض الاعتراضات القياسية لهذا التقدير. أحد الاعتراضات هو الحجة القائلة إن وسائل الإعلام هي بالتحديد مؤسسات تتوسط بين القوى المختلفة (الاقتصادية، والسياسية، والعسكرية، والسياسية، والثقافية، والمادية) التي تشكل العالم وصراعها على السلطة. في هذه الرؤية لا يوجد أمر محدد لقوله حول مساهمة مؤسسات الإعلام في السلطة. دعونا نسمي هذه الرؤية "الرؤية الكلاسيكية" لمساهمة وسائل الإعلام في الانطولوجيا الاجتماعية: ذلك يُعتبر في مستوى أساسي ، لا تساهم وسائل الإعلام بأي شيء في الأنطولوجيا الاجتماعية ، لكنها مجرد تتوسط كل القوى التي تفعل ذلك. بالرغم من إنه من النادر قول ذلك بصراحة شديدة، فإن بافتراض شيئاً من قبيل تلك الرؤية الكلاسيكية فقط يمكننا تفسير غياب وسائل الإعلام عن معظم النظريات الاجتماعية، وعلم الاجتماع العام حتى أواخر الثمانينات ، وفي بعض الحالات ، حتى اليوم. من اللافت على سبيل المثال إن كتاب جون سكوت **John Scott** الحجة حول السلطة لا يذكر شيئاً عن وسائل الإعلام. في نفس الوقت، حتى إن كان بأسلوب مختلف تماماً، يعكس مانويل كاستلز **Manuel Castells** هذه الرؤية الكلاسيكية في كتابه الابداعي حول مساهمة الشبكات في المجتمع المعاصر والسياسة. في التسعينيات يصر كاستلز على إن وسائل الإعلام ليس لديها سلطة على هذا النحو (إنها لا تحدد على سبيل المثال المحتوى السياسي) ، وإنما تكون النقاط التي من خلالها تعمل السلطة الآن. في عمله الصادر حديثاً، يرى كاستلز المؤسسات الإعلامية كما في بعض الحالات لها إمكانات قوية جداً، ولكن بصورة أساسية في كثير من الأحيان مثل شركات أخبار مردوخ **Murdoch** تعمل كـ "مفاتيح" في فضاء الشبكات التي من خلالها تتدفق كل السلطة الآن. عمل كاستلز، بالرغم من كل إصراره الجريء على إن شبكات الإعلام الرقمي تعلن عن عصر جديد من السلطة،

فإنه يظل صامتاً إلى حد كبير بالنسبة إلى كيفية عمل محتوى وسائل الإعلام في الحياة الاجتماعية.

اعتراض آخر على التقدير الموضوعي لمساهمة وسائل الإعلام في السلطة من الاتجاه المضاد، هو القول إن وسائل الإعلام حولت بالفعل الانطولوجيا الاجتماعية كثيراً جداً لدرجة إنه لا يوجد منظور مميز عن وجود وسائل الإعلام: ونتيجة لذلك لا نستطيع تحديد اختلافات صنعتها مؤسسات الإعلام للسلطة. يصيغ بودريار **Baudrillard** هذا في مصطلح "نهاية العالم الاجتماعي". "ظاهرياً"، كما كتب، وسائل الإعلام "تنتج مزيداً من العالم الاجتماعي، وباطنياً تحيد العلاقات الاجتماعية، والعالم الاجتماعي في حد ذاته". في هذا العالم المُشَبَّع إعلامياً، "توقف العالم الاجتماعي عن أن يعتبر نفسه مساحة للمرجعية". كان بودريار أحد الأوائل الذين علقوا على ظهور تليفزيون الواقع، مناقشاً في عام 1971 البرنامج الأمريكي "العائلة **The Family**". كان استنتاجه المروع: "لم يعد هناك أي حتمية لتقديم النموذج، أو إلى النظر. "أنت النموذج!"... "أنت الأخبار"، أنت العالم الاجتماعي، الحدث هو أنت، أنت مُستخدم، يمكنك استخدام صوتك".

كنتيجة لذلك، التليفزيون بالنسبة لبودريار توقف عن أن يكون وسيلة على الإطلاق: "حلول التليفزيون في الحياة، وحلول الحياة في التليفزيون". وفقاً لهذا التقدير - الذي، بالنظر إلى الصعود اللاحق الهائل لتليفزيون الواقع، يمكنك أن تعتبره إما نبوءة باهرة، أو تعميم موفق - لا يوجد شيء محدد لقوله حول العلاقة بين الإعلام والاجتماعي لأنه لا يوجد اجتماعي باق لم يغزوه "كود" التليفزيون. بعيداً عن مسألة ما إذا كان تحليل بودريار له أي أهمية خارج بعض المجتمعات الغربية القليلة (سنعود إلى مسائل المقارنة فيما بعد). فإن ثمة شيء غريب للغاية في تحليله. إنه يقرأ مثل رد فعل محموم لجسم نظرية قديم على آخر دخيل: كانت وسائل الإعلام هي الدخيل، وجسم النظرية هو علم الاجتماع (والفلسفة) الذي رأى المجتمع كواقع "مجمل"، وهي الفكرة التي لم تستطع الحفاظ على إدراك إن القيم التنظيمية لذلك

“المجمل” أصبحت ملوثة بحلقات التغذية المرتدة بين مؤسسة واحدة معينة (وسائل الإعلام)، والمواقع العشوائية للخبرة الاجتماعية. أياً كان السبب، تعلمنا محدداً قليلاً من بودريار عن كيف تصنع وسائل الإعلام اختلافاً للعالم الاجتماعي.

يجب علينا، على أية حال رفض فكرة المجتمع باعتباره مجمل، والتركيز بدلاً من ذلك على ما يسميه جون لو John Law المؤيد البارز لنظرية الشبكة - الممثلة، “العمليات المتعددة للتنظيم الاجتماعي التقني”. هناك أنماط من التنظيم التي “تعمل وتجسد نفسها في الشبكات الاجتماعية”. رغم إن (لو) لم يلتفت إلى وسائل الإعلام، فإنه لا يوجد سبب لعدم تطبيق هذه الفكرة على ماتفعله وسائل الإعلام. بالطبع، تشهد المجتمعات المعاصرة تغييرات في طبيعة السلطة والشرعية، بالتأكيد وسائل الإعلام حاسمة في ذلك التحول. فهم كيف يحدث هذا يتطلب فهماً لشكل السلطة المميز لوسائل الإعلام.

طالما إن وسائل الإعلام تشمل رموزاً، فإن هذا يجب أن يبدأ بفهم السلطة الرمزية. يظل مفهوم “السلطة الرمزية” متخلف نسبياً. أحد التفسيرات لـ “السلطة الرمزية” يمكن أن يوجد في كتاب جون ثومبسون John Thompson الإعلام والحدث The Media and Modernity واستناداً إلى ماكس فيبر Max Weber في النهاية، يصر ثومبسون على المركزية كبعد للسلطة مع البعدين السياسي والاقتصادي. ولكن هذا التعريف المحدد لـ “السلطة الرمزية” أقل ملائمة: السلطة الرمزية هي مجرد “القدرة على التدخل في مجريات الأحداث، للتأثير على أفعال الآخرين، وبالطبع صنع أحداث، عن طريق إنتاج ونقل الأشكال الرمزية”. هذا التعريف يلتقط ما تفعله عدد من المؤسسات الاجتماعية (وسائل الإعلام، الكنيسة، المؤسسات التعليمية)، لكنه لا يلتقط التأثير الأوسع الذي قد يكون لتركيزات معينة من السلطة الرمزية.

كل أشكال السلطة تعمل بطريقة مشتتة، ولكن السلطة الرمزية تؤثر على المجتمع الأوسع بصورة أكثر انتشاراً من أشكال السلطة الأخرى (السلطة الاقتصادية مثلاً) بسبب إن الموارد الرمزية للمجتمع لا تتأثر فقط بما نفعله، ولكن بقدرتنا على

وصف أيا ما “يحدث”. يؤكد المفهوم القوي للسلطة الرمزية على إن بعض تركيزات السلطة الرمزية (على سبيل المثال، التركيز الذي تستفيد منه المؤسسات الإعلامية المعاصرة) كبيرة للغاية لدرجة إنها تسيطر على المشهد الاجتماعي كله، وتصل إلى حد سلطة “بناء الواقع”. تركيز السلطة الرمزية هو على حد سواء حقيقة في حد ذاته، كما إنه عامل يؤثر على تمثيل كل الحقائق الاجتماعية (هذا الواحد موجود). لهذا فإن تأثيرات سوء التعريف متأصلة في التوزيع غير المتكافئ للسلطة الرمزية بأسلوب غير متأصل في أشكال السلطة الأخرى. يعترف المفهوم القوي للسلطة الرمزية فقط بالتأثير المشوه لتوزيع السلطة الرمزية غير المتكافئ على الفضاء الاجتماعي. فهم مؤسسات الإعلام، اقترح إنه يتطلب هذا المفهوم القوي للسلطة الرمزية.

مثل هذه الرؤية للسلطة الرمزية هي سمة لعلم الاجتماع عند بيير بورديو. على نقيض نظرية بودريار المعجمة للانهييار الداخلي الذي تحركه وسائل الإعلام للعالم الاجتماعي، يؤكد بورديو على إمكانية وصف عملية “بناء الواقع” ورؤية ما يفعله مثل هذا البناء في التداول: إذا كان الأمر كذلك، “يجب أن يعني” بناء الواقع “لبوردو ليس بناء الواقع كله الذي نعيش فيه حرفياً، إنما إنتاج أنماط من التنظيم التي يتم تطبيقها باستمرار وانتشار كافي لكي تعامل لأسباب كثيرة كنقطة مرجعية عالمية. لا ينفجر الواقع داخلياً في هذه الرؤية، ولكن إضفاء الطابع العالمي على هذه التوصيفات والتصنيفات ينشر ويرخص تعميمات و تفسيرات أخرى دون مقاومة أو اعتراض فعال. النتيجة هي “واقع” لأسباب كثيرة يبدو منسجماً، ومنظماً، وغير قابل للتحدي، حتى ثباته يستند إلى سلسلة من التمييزات والاستبعادات الممنوعة من العرض على نطاق واسع، دون حتى لغة أساسية لوصفها.

يشير إميل دوركايم **Emile Durkheim** في كتابه الأشكال الأساسية للحياة الدينية *The Elementary Forms of Religious Life* إلى أن الدين هو أسلوب المجتمع في التواصل مع نفسه. يمكننا أن نضع إلى جانب واحد نظرية دوركايم عن الدين ولكن يبقى جوهرها وهي فكرة “تحفيز وتنشيط تأثير المجتمع”

على الأفراد. التي استندنا إليها بالفعل في الفصل الثالث في تفسيرنا للطقوس والأحداث الإعلامية. أحياناً نتحدث وسائل الإعلام دون هذا النوع من قوة “التنشيط” (كما في حالة الأحداث الإعلامية)، والأهم طالما إنه الأكثر شيوعاً إن وسائل الإعلام تتحدث بطريقة تؤصل هذا النوع من القوة في اللغة الطقوسية التي تستند إليها ضمناً النقطة المرجعية للمجتمع. اهتمام دوركايم بالعالم الاجتماعي تجاوز لحظات الانفعال الاجتماعي الاستثنائية ليغطي “كل أنواع الأفعال” حيث “المجتمع مرهف العواطف لديه من أجل [الشخص] ما يرتقي للمشاعر التي لديه لنفسه. ويلاحظ دوركايم كيف إن أساليب محددة من الفعل مؤيدة اجتماعياً لها مكانة خاصة مستمدة من العمل الذي يفعلونه كممثلين.

بسبب إن هذه الطرق من التصرف شائعة، فإن الكثافة التي تبدو بها في عقل كل فرد تجد صدى في كل الآخرين، والعكس بالعكس. التمثيلات التي تترجمها داخل كل واحد منا بالتالي تكتسب كثافة خاصة التي يمكن لمجرد الوعي الخاصة أن يتطابق بها بأي حال ... إنه المجتمع الذي يتحدث عبر فم هؤلاء الذين يؤكدهم في حضورنا، إنه المجتمع الذي نسمعه عندما نسمعهم، والصوت كله نفسه له نبرة لا يستطيع صوت الشخص أن يمتلكها. هذه الرؤية الأساسية لعمل الشكل، واللغة، والتصنيفات، التي تعتمد على أسطورة المركز الواسطي. بعض الكتاب الأوائل سجلوا نقاط دوركايم- تحليل بادي سكانل **Paddy Scannell** لبث التليفزيون والراديو الحي، وتقدير ديان **Dayan** وكاتز **Katz** للأحداث الإعلامية باعتبارها “خبرات مشتركة”، وتوحيد المشاهدين مع بعضهم البعض مع مجتمعاتهم - ولكن كلا التقديران ينطويان على شيء من قبيل الوظيفية العضوية. من منظور أكثر تشككاً، يمكننا متابعة اعتقاد دوركايم إننا نواجه لحظات تبدو إنها تقدم لنا شيئاً “أكبر” من ذواتنا الفردية باستمرار في الحياة اليومية - شيء يمثل الرابطة الاجتماعية التي تربطنا كأعضاء أو مجموعة أو مجتمع - إلا أن الإصرار على تلك الأشكال ارتباطاً لامناس منه بأساليب تمثيل العالم الاجتماعي المتاحة في ظروف تاريخية محددة. وجودهم، بعد كل شيء، صناعات (إعلامية) لإنتاج

شيئاً مثل مواجهة دوركايم مع العالم الاجتماعي؛ إنتاجهم يستدعي ، إعادة تدوير العالم الاجتماعي، ووضع مرجعية له ، وتلك المرجعيات تنتشر في الحياة الأوسع. هذه الأنماط من التنظيم جون لو John Law متناقضة على نحو مضاعف: أولاً، إنها منتجة من خلال عمليات محددة جداً في المؤسسات الإعلامية حتى يدعى إلى أقصى حد من تعميم التطبيق (في ذلك تناول "المجتمع)؛ ثانياً بالرغم من إنها في حد ذاتها محددة فإنها موضوعة في الانتشار العام، متجاوزة النموذج الأقدم من "التنشئة الاجتماعية" المنفذة في مجتمعات متميزة. من المهم لنظرية الإعلام الموجهة اجتماعياً فهم التناقضات الناتجة .

تطورت صناعات الإعلام في ظل تنوع من الظروف المحلية كمنتجين عامين للتمثيلات الاجتماعية. النتيجة ليست ترك الانطولوجيا الاجتماعية لم تمس (الرؤية الكلاسيكية)، ولا تحطيم العالم الاجتماعي مثل مرجعية (نبوءة بودريار)، ولا حتى (رؤية الدوركايمية الجديدة لديان وكاتز) لإعادة تزويد العالم الاجتماعي مباشرةً من خلال المنتجات الإعلامية. النتيجة، بدلا من ذلك، هي التقديم إلى خبرتنا اليومية للتفاعل والخيال الاجتماعي كل تأثيرات السلطة والاستبعادات المتأصلة في العملية العملية. وداخل أعرق خبرتنا المشتركة، نجد في العمل-كدودة غير مرئية داخل وردة الشاعر وليام بلاك William Blake -طبيعة خلافية في جوهرها للسلطة الرمزية لوسائل الإعلام، والتقسيم المحدد للعالم الاجتماعي بين هؤلاء الذين لديهم منفذ للتركيزات الواسعة للسلطة التمثيلية الخاصة بوسائل الإعلام ، وبين أولئك الذين ليس لديهم مثل هذا المنفذ. وهذا له عواقب رئيسية على القوة اليومية.

الأضرار المستترة لسلطة الإعلام

يولد تنظيم المجتمع حول مؤسسات الإعلام التي تستفيد من التركيز الهائل للسلطة الرمزية نقصاً في صميم الحياة اليومية: "النقص" مُشكّل بسبب العيش خارج العالم المقدم لنا من وسائل الإعلام. بينما تتطلب القدرة على تعميم هذه الجملة مزيد من

البحث في عمل السلطة الرمزية وآثارها المترتبة في مدى من الدول، والثقافات الإعلامية (العامل الرئيسي هنا هو إلى أي درجة تشكل المؤسسات الدينية سلطة رمزية منافسة لوسائل الإعلام: انظر الفصلين السادس والسابع)، سوف أركز في الصفحات القليلة القادمة على المجتمعات التي فيها وسائل الإعلام قوة مهيمنة بلا منازع في تمثيل الحياة الاجتماعية.

لا أقصد إنكار إن وسائل الإعلام الحرة ديمقراطياً مهمة وجيدة بشكل أساسي في التنظيم الاجتماعي. حتى إن عالم الاقتصاد التنموي أمرتيا سين **Amartya Sen** قال إنه لا توجد أبداً مجاعة في مجتمع فيه وسائل إعلام حرة. حيثما ظهرت مؤسسات الإعلام العامة القوية تاريخياً، كانت مرتبطة بالنهايات الإيجابية للمشاركة الاجتماعية والتعليم، كما في ثلاثينات بريطانيا في حالة هيئة الإذاعة البريطانية **BBC**. وبالمثل، بعض أسوأ حوادث الإبادة العنصرية في التاريخ حرضت عليها وسائل الإعلام الضعيفة أو التي تسيطر عليها الدولة: الصحافة الضعيفة، أو الراديو المسيطر عليه حكومياً في ألمانيا النازية، والراديو والتلفزيون الممول حكومياً لير دي ميل كولينز **Libre des Mille Collines** الذي حرض على الإبادة الجماعية في رواندا **Rwandan**. ولكن لحسن الحظ هذه ليست الحالات الطبيعية، ولفهم تأثير وسائل الإعلام في معظم المجتمعات المعاصرة، نحتاج إلى أن ننظر أيضاً إلى الأضرار الأكثر دقة (أو خفية) التي يمكن أن ترتبط بها حتى وسائل الإعلام "الحرّة" الناضجة تحت ظروف تاريخية محددة. من توكوفيل **Tocqueville** وحتى الآن، لاحظ المفكرون الاجتماعيون التوازن المعقد للنفع والضرر الاجتماعي المرتبط بمؤسسات الإعلامية القوية.

رؤى مبكرة

من المغري القول إن في المجتمعات التي فيها مؤسسات الإعلام حاسمة في الحياة اليومية، فإن نقص موارد الإعلام هو، ببساطة، نقص مورداً أساسياً، وفي هذه الحالة لن يكون

الضرر المرتبط خفياً على الإطلاق؛ سوف يكون غياباً لأداة واضحة للعيش. لكن هذا التحليل ، بالرغم من أهميته في سياقات محددة (تنظيم السياسة: انظر الفصل الخامس)، فإنه لا يغطي شكلاً أكثر دقة من النقص المرتبط بوسائل الإعلام. من المثير للاهتمام، إن مُجِل عصر التليفزيون الأول هو الذي رأى هذا واضحاً. نيل جابلر **Neal Gabler** في تأريخه لتأثير التليفزيون والسينما على المجتمع الأمريكي، يكتب عن "تقديس الكاميرا": "على النقيض،" ألا يكون في الفيلم، ألا يكون معترفاً [هو] أعمق شكل من الفشل في دولة الترفيه". راؤل فانجيم **Raoul Vaneigem**، عضو في جماعة الموقفين من المنظرين والنشطاء في ستينات فرنسا التي كان هنري ليفييفر **Henri Lefebvre** مرتبط بها ارتباطاً وثيقاً، يضع النقطة الأكثر حدة : "آلية اغتراب الفُرجة تسيطر على مثل تلك القوى لدرجة إن الحياة الخاصة تصل إلى درجة أن تصبح معرفة بوصفها الممنوعة من الفُرجة".

تشير صياغة فانجيم إلى شيء أكثر دقة من إن وسائل الإعلام تضيي شكلاً جديداً من المكانة الاجتماعية. نقطة فانجيم **Vaneigem** هي إن الحياة اليومية في المجتمعات الواسطة تصبح مُعرّفة من حيث النقص المدرك حديثاً. يصبح تعريف الحياة اليومية بإنها عادية فحسب : "فحسب"، أي، من خلال الرجوع إلى الحالة "الكاملة" المؤكدة لياً ما يقدم في المشهد .

"الفُرجة"، كما تفهمها الموقفية، هي العرض اليومي- من خلال وسائل الإعلام أو غيرها- للسلع المستهلكة التي تؤكد قيم الرأسمالية. على النقيض، أطبق فكرة فانجيم (إن الحياة اليومية أصبحت معرفة من حيث النقص التأسيسي) للقيمة الأكثر عمومية في أصل شرعية وسائل الإعلام المعاصرة باعتبارها مؤسسات اجتماعية: قيمة كل ما هو "في" وسائل الإعلام أعلى مما ليس فيها (انظر الفصل الثالث). من هذا المنظور، تصبح الحياة اليومية مُعرّفة بافتقارها للتغطية الإعلامية، وافتقارها إلى أيّ ما كان يجعل الحياة ملائمة للتغطية الإعلامية. نحتاج إلى تقييم ادعاء فانجيم:

هناك أنظمة تقييم ممكنة متعددة في الحياة اليومية. لكن هذا لا يعني تجاهل قدر "طرق التمثيل التي تم التوصل إليها في العموم" (إميل دوركايم)، والمستمدة من توجيه استهلاك وسائل الإعلام عبر جميع السكان. سوف أتطرق لاحقاً لتبعات انتشار وسائل الإعلام الحديثة. الرغبة في أن تكون وثيقة الصلة أو جزء من بعض العروض البارعة التي تمثل العالم الاجتماعي ليس جديداً. ولكن الغرس العميق العالمي للفرجة (والتقديم الإعلامي عموماً) في الحياة اليومية يظل تناقضاً تصنيفياً، أو فجوة بين العوالم التي تمثلها وسائل الإعلام وبين تدفق الحياة اليومي. تتطلب هذه الفجوة سدها باستمرار، وحتى الآن، بسبب إنها مستمدة من الانقسام الدائم للعالم ضمناً في علاقاتنا بوسائل الإعلام، ولا يمكن أبداً شغلها. هذا الفهم أو النقص يمكن أن يكون قوة مُولدة عكسياً في الحياة الاجتماعية.

كما رأينا في الفصل السابق، تصف كارين كنور دور الصور الإعلامية في المجتمعات المعاصرة باعتبارها "هياكل من الغياب تتكشف". لا نحتاج لتتبع كنور في الاعتماد على التحليل النفسي لـ **Lacan** لنذكر إنها التقطت جيداً المشاركة المفتوحة أمام الجميع في هذه الأضرار المستترة المتأصلة في حياة المجتمعات التي السلطة الرمزية الواسعة فيها مركزة في المؤسسات الإعلامية. نحن لا نتورط كثيراً في الرغبة (رغم إن أحياناً رغبة التعرض لوسائل الإعلام تكون حقيقية بما يكفي) ولا في النقص الذي يبدو إن حضورنا في وسائل الإعلام يعوضه : تناقص قليل لا يمكن الهروب منه أبداً إلا إذا أعدنا تعريف الحياة اليومية تماماً، أي وفقاً للأطر المرجعية البديلة. بالتوازي مع تقدير سينيت **Sennett** وكوب **Cobb** الشهير للأضرار المستترة للطبقة والذي هنا محدد تماماً طالما إن السابق يتضمن الشعور بالنقص الذي يتطلب (حتى إن لا يمكن إشباعه من خلال) تعلم أياً ما كان لدى هؤلاء الذين في مكانة طبقية "أعلى". وسائل الإعلام - أو بالأحرى طريقتنا بأكملها في العيش مع وسائل الإعلام وتوجيه أنفسنا بواسطتها - وبالمثل تحفيز الشعور بالنقص الذي يتطلب (ولكن لا يمكن إشباعه من

خلال) التضمين في العالم المشكل بواسطة وسائل الإعلام . والأهم من ذلك، يؤثر هذا النقص على الجماعات الاجتماعية بشكل مختلف، بسبب إنه يقترح عرضاً من الاعتراف الاجتماعي، منفعة لأسباب عديدة موزعة توزيعاً غير متكافئ.

هناك طرق كثيرة لتتبع هذا النقص. قد تكون أحد الطرق بمثابة مقدمة للمعركة على تعريف الحداثة الوطنية في البرازيل التي عمليات وسائل إعلامها القوية (السيما تليفزيون جلوبو Globo) تخلق بالنسبة لكثير من السكان إحساساً بالعيش بالكاد “على حافة” الحداثة. الآخر سيكون ملاحظة كيف قد تشعر الجماهير في الهند، بلد المتناقضات الكبيرة من الثراء والفقر وصناعة أفلام قوية تحتل المركز الثاني عالمياً، بالمسافة الكبيرة بين العوالم التي تقدمها بوليوود لهم، كما لو كانوا “مكتوبين في فيلم”. في فرنسا، بالرغم من إعلامها العام القوي، فإن الكثير من الحياة الاجتماعية غير مرئية بالنسبة لوسائل الإعلام السائدة، وفقاً لرئيس تحرير بوندي بلوج Bondy Blog التي أنشأتها المجلة السويسرية لو ابدو L’Hebdo خلال أعمال الشغب في مدينة بانيلو Banlieue في باريس 2005 : “اتحدى أي شخص أن يجد 10% من الموضوعات التي تغطيها بوندي بلوج في أي مكان في وسائل الإعلام الفرنسية”.

في المملكة المتحدة ، بدأت منذ 15 عاماً في تتبع هذا النقص في العمل الميداني من خلال التحقيق في قصص الناس عن علاقتهم بوسائل الإعلام الإعلامية. أحد الذين تحدثت معهم كانت ديببي Debbie عاملة طباعة في منتصف العشرينيات، تحدثت معي حول وجودها في منطقة ليفربول دوك Liverpool Dock عندما بالصدفة كان ريتشارد Richard وجودي Judy مقدما برنامج المجلة التليفزيونية الشعبية آنذاك (خاصةً فقرة التوقعات الجوية) يصوران: “هل تعتقد، كنت أتساءل إذا ما كنت سأظهر في التليفزيون... استمتعت برؤية ذلك، والتفكير، يا للروعة! سأظهر على التليفزيون! كنت أقف هناك... أومي أسرع! اديري القناة على الطقس! تعلمين كنت أقف هناك” بالنسبة لديبي كما للعديد من الناس، فإن زيارة الأماكن الخارجية لأطول مسلسل بريطاني معروض مثل شارع كورونيشين Coronation

Street (آنذاك ممكن: إنه الآن مغلق للعامة) أغلقت الفجوة بين عالم الإعلام والعادي ، على الأقل للحظة: “إنه ليس مجرد أي مكان في التلفزيون الآن، إنه في الواقع مكان ذهبت إليه، لقد وقفت هناك في الواقع.” بعض الزائرين الآخرين لشارع كورنيشن عبروا عن رغبتهم في التعرض للإعلام بطريقة أكثر مباشرة، على سبيل المثال بيتر، عامل في مطعم، في منتصف العشرينات أيضاً:

اقتربت من جراندا [شركة إنتاج تلفزيوني]...لأكون قريباً [في شارع كورنيشن]. لكنهم لم يسمحوا لي...لم أعبأ، فقط الذهاب إلى كابين [محل في البرنامج]، وطلبت ورقة، أو شيئاً ما وخرجت، لم أكن أود التحدث أو أي شيء. أن أكون على التلفزيون فقط لمرة. أعتقد أنني سوف أكون سعيداً وقتها.

يفسر بيتر تأثير الذهاب لاحقاً إلى برنامج حوار **talk show** في التلفزيون كعضو من الجمهور من حيث مقابلة التحول: “أصبحت مختلفاً تماماً الآن عما كنت معتاداً عليه...كنت هادئاً جداً، لم أحلم أبداً بالعمل في بار...أنا في الهواء الطلق الآن، أحدث أي شخص.” هذه التبعات للأضرار المستترة لوسائل الإعلام تتوافق مع دراسة باتريشيا بريست **Priest** على المشاركين في البرامج الحوارية، وتعطينا نقطة انطلاق مفيدة لفهم عوالم المشاهير، وإعلام الواقع بطريقة أوسع: ليس فقط كصيغة ضرورية اقتصادياً لصناعة الإعلام، ولكن كشكل اجتماعي يقدم نوعاً من الاعتراف من خلال المشاركة.

هناك أسباب وجيهة لأخذ الأضرار المستترة لوسائل الإعلام جدياً. “الرغبة في الحكي” حاجة أساسية للإنسان، كما يقول الفيلسوف أدريان كافاريو **Adriana Cavarero**، ليس لأن لدينا نفس كامنة هناك لنعبر عنها، ولكن بسبب الرغبة الفريدة لكل وعي مجسد في “البحث عن تفرد هويته الخاصة” في القصة. بالنسبة لكافاريو، فإن ذواتنا القابلة للحكي هي، وكما كانت، مُصدرة في الخارج ؛ من خلال عملية تبادل الحكي مع الآخرين. لهذا فإن الأضرار المستترة المؤسسة في المجتمعات الواسطة من خلال علاقتنا عن بعد بمؤسسات السرد الكبرى (وسائل الإعلام) ليست تافهة. وقد تميزت كل المجتمعات واسعة النطاق في التاريخ ببعض من مثل هذه

الأضرار المستترة، اعتماداً على كيفية تكوين موارد سرد المجتمع، ولكن هذا الضرر أكثر بروزاً في المجتمعات التي الأعلمة فيها مكثفة.

محاولة إشباع النقص الضمني يجبر الناس على الاتصال، وأحياناً الصراع، مع العمليات المؤسسية الكبيرة في ظل السلطة المركزة على الإنتاج السردى. هناك تعاطف حقيقي مع قصص الناس الذين ذهبوا لشاشات التلفزيون لتقديم حياتهم للآخرين، وبعيداً عن كونهم أشبعوا، وأنهم وجوداً أنفسهم متضررين من التعرض للجمهور الذين استقبلوهم . بالنظر إلى التقدير الحديث الذي يقدمه مشارك في مسلسل تليفزيون واقع (المنبوذ Castaway) أذيع على شاشة هيئة الإذاعة البريطانية في عام 2000 الذي أخذ مجموعة من الناس إلى جزيرة غير مأهولة في تاراناسي Taransay في الأرخبيل الخارجي للساحل الشمالي الغربي لبريطانيا لكي يعيشوا هناك عاماً. إذا نحنا جانباً خلافاً المجموعة العديدة خلال العام المعني، فإن الشغل الشاغل لرون كوبسي Ron Copsey الأساسي كان عدم عدالة عملية التمثيل في حد ذاتها، ومنظور هنا في حكمه وكيف كان يعامل الآخر:

حادثة في تاراناسي ظلت عالقة بذهني. أحد الأطفال سرق بعض الحلوى من غرفتي والمصورة طلبت مني إجراء حوار أمام الكاميرا. رفضت، وبررت ذلك بأن إذا البرنامج نشر إن الطفل حرامي، فستكون العواقب وخيمة عليه. فأخبرتني إننا عندما جئنا إلى البرنامج وافقنا على إن كل شيء قد يكون مسجلاً: "إنه تعاقدني"، أبلغوني بذلك. أدهشني عدم اكتراثها بمصلحة الطفل .

هناك ثمن مقابل محاولة إشباع النقص الناتج عن علاقتنا المنقسمة بوسائل الإعلام، وهو تعريض تدفق حياتنا بأكمله إلى عملية صناعية من التمثيل "غير المتماثل" بصورة عميقة. عندما يفعل الناس ذلك، فإنهم يواجهون الطبيعة الحقيقية للعمليات الإعلامية، التي كانت محجوبة عنهم سابقاً. هذا الاكتشاف المفاجيء لحقيقة العملية الإعلامية لاحظته في عملي الميداني المبكر على المحتجين الذين تم تمثيلهم لأول مرة في حياتهم في الأخبار. الرغبة المعاصرة في الشهرة أو التعرض لوسائل الإعلام هي أكثر تعقيداً بكثير من البحث عن اعتراف موضوعي . إذا لم ندرك الطبيعة المركبة لعدم المشاركة -وأساسها في الانفصال الحقيقي المتأصل في التركيز

المؤسسي على الإنتاج الرمزي - لن نستطيع فهم كيفية تصرف هؤلاء الأشخاص عديمو المشاركة مع الأضرار الجديدة البعيدة عن الإخفاء، بالطبع إنهم يعانون في المشهد العام الكامل. الابتكار في برامج إعلام الواقع البريطانية هو دمج ردود فعل الشخصيات في التغطية الإعلامية في البرنامج نفسه، كما حدث مع سلسلة السبيل الوحيد هو إسيكس **The Only Way is Essex** الذي أذيع في عام 2011 على محطة (ITV2)، والذي يبدو أنه مستوحى من حلقة ردود الأفعال التي ظهرت فيها جاد جودي **Jade Goody**، نجمة برنامج (مشاهير الأخ الأكبر) المثيرة للجدل في عام 2007، نعرض المزيد من التفصيل حالة جاد جودي.

إطار (1-4) جاد جودي

أحد الأمثلة المثيرة للعمل من خلال الأضرار المستترة لقوة الإعلام كان حياة جاد جودي في الإعلام، أحد المتسابقات في برنامج (الأخ الأكبر) الذي أذيع في المملكة المتحدة، في عام 2002 التي تم طردها قبل نهاية العرض وتعرضت لعملية تشويه سمعة كبيرة في صحافة التابلويد البريطانية.

بدلاً من الانسحاب من الآلة الإعلامية، ذهبت جودي أعمق، ونجحت بمساعدة وكلاء أعمال ماهرون في إعادة تقديم نفسها كشخصية مشهورة، مما أدى إلى اختيارها في برنامج مشاهير الأخ الأكبر في يناير 2007، وأدت تصريحاتها العنصرية في البرنامج ضد أحد مشاهير بوليوود، شيلبا شيتي **Shilpa Shetty** إلى ضجة كبيرة وفضيحة سياسية دولية عندما جرى تداول لقطات مقتبسة منها بين الجالية الهندية عبر اليوتيوب، نتج عنها عاصفة من الاستهجان كان على المستشار البريطاني جوردون براون **Gordon Brown** الرد عليها خلال زيارته الرسمية للهند مما أجبر جودي على مغادرة العرض.

أدت كارثة العلاقات العامة هذه لسحب الطبعة الورقية من سيرتها الذاتية

وأنتجت محاولة أخرى لإعادة شهرتها بصعوبة بالغة عبر رحلة "تكفير" إلى الهند. ولأن وسيلتها الرئيسية لتقديم نفسها كانت برامج إعلام الواقع ظهرت جودي في النسخة الهندية من برنامج الأخ الكبير، والمسماه (الرئيس الكبير **Big Boss**)، حيث كان عليها تحمل أن تخبرها الجماهير بتشخيص حالتها المرضية، وإصابتها بسرطان عنق الرحم في سن السابعة والعشرين. ربما عند هذه النقطة لم يكن هناك مفر من مسارها نحو مزيد من التعرض للجمهور متحملة فترة شديدة العلنية خلال إصابتها بمرض عضال، مما أدى إلى تشييعها في جنازة عامة في أبريل 2009 والتي بعث فيها نفس السياسي البريطاني (رئيس الوزراء البريطاني جوردون براون في ذلك الوقت) الذي كان قد أدان عنصريتها سابقاً منذ أقل من عامين بتعازيه.

القسوة الناتجة من محاولة إشباع النقص المتضمن في الأضرار المستترة لوسائل الإعلام كانت مكشوفة بصورة كاملة في حياة جاد جودي. الثمن الذي دفعته جودي، كما عبرت عنه في آخر صفحة من سيرتها الذاتية الصادرة عام 2006، مقابل إنها "سمحت للجميع برؤية كل جوانب حياتي-[ها]" كان باهظاً جداً؛ بالتأكيد باهظاً بما يكفي ليثير تساؤلات أخلاقية حول دور وسائل الإعلام في اليومية الحياة، التي نعود في الفصل الثامن.

منذ ثمانين عاماً، رثى والتر بنيامين **Walter Benjamin** فقدان الراوي الشخصي في عالم مُشَبَّع بالمعلومات الفورية. واللافت أكثر اليوم هو انتشار نموذج التقديم الذاتي الذي يهدد بتعريض الناس في مرحلة ما إلى العنف الرمزي المتأصل في الأسلوب التصنيعي لتقديم الحياة (وسائل الإعلام). في محاولة لأن يكونوا القصة، ويعيشوا داخل "فضاءات" أنشأها النظام الإعلامي، يفقد المشاركون في السرد الإعلامي

السيطرة على قدرة معرفة ما هو الأكثر قرباً لهم: يصبح الانقسام المجرد الذي يكمن في الأضرار المستترة لقوة الإعلام متحققاً كالم مباشر وعلمي.

علاوة على ذلك، وكجزء من العملية نفسها، تصبح مجالات واسعة من الثقافة الشعبية مدفوعة بالحاجة إلى "تلبية" النقص الذي نحن جميعاً موضوعين فيه عبر موقفنا كأعضاء "عاديين" في مجتمعات وساطية. يتداخل هذا النقص مع الصراعات العامة على الاعتراف التي تميز المجتمعات المعاصرة، ويعني التقسيم الطبقي من الاعتراف الاجتماعي الأوسع إن الرغبة في الاعتراف القائم على وسائل الإعلام منقسم اجتماعياً أيضاً، في بريطانيا على الأقل على حسب الطبقة. من خلال إعلام الواقع، ومع ذلك، تنتج الأضرار المستترة لوسائل الإعلام "حلولاً" (ما يسميه أكسل هونيث **Axel Honneth** أشكالاً من "تحقيق الذات المنظم") الذي يتقاطع مع الضغوط الأدائية الأشمل في سوق العمل والارتفاع العام للفردية التنافسية.

الإعلام الرقمي كدمقرطة؟

ولكن بالتأكيد، قد تقول إن كل هذا قد تغير في عصر الإنتاج الإعلامي الرقمي الذي يمكن فيه لأي شخص أن يكون منتجا إعلامياً؟ في الواقع، ألم يحول انفجار إعلام الواقع في حد ذاته محتوى جداول البث الإعلامية؟ ماذا لو كنا نرى أنفسنا الآن من خلال عدسة وسائل الإعلام؟ منذ خمسة عشر عاماً كانت عبارة "شخص عادي" في بريطانيا تعني، دون شك، إن ليس لديه تجربة إعلامية. أحد المتظاهرين للمرة الأولى، **Louise**، تحدثت معه في عام 1996 قال: "نحن مجرد أشخاص عاديون ليس لدينا تجربة مع وسائل الإعلام أو الاحتجاجات أو أي شيء؟" وبكلمات شخص آخر، راشيل **Rachel**، "كل الأشياء المثيرة في التلفزيون تحدث لأشخاص آخرين". هل تغير كل شيء الآن؟ قد يرى البعض الفيسبوك **Facebook** كموقع مفرط في واقعيته، حيث يواجه الشباب ما اسماه بودريار **Baudrillard** "نشوة الاتصالات"؛ وقد يقول البعض الآخر إن إعلام الواقع في جميع أنحاء العالم قد غير فهم الناس لحدود

الشبكة مبادرة تسويقية تتيح لمواقع الويب المختلفة الإعلان والترويج عن الأنشطة التي يقوم بها الأعضاء عبر ملفاتهم الشخصية في الفيسبوك في صورة إعلانات إجتماعية تهدف للتسويق عن المنتجات، وفي نوفمبر بلغ مجموع المنظمات والهيئات المتصلة بالشبكة 22000 منظم⁽⁴⁾.

- إحصائيات الاستخدام بموقع الفيسبوك Facebook:

بلغ عدد المستخدمين للفيسبوك وفقًا للتقرير الذي أعدته شركة ComScore في عام 2008 إلى 222 مليون زائر، حيث وصف التقرير أن هذا النمو يزيد عن الأعوام السابقة بنسبة 127 %⁽⁵⁾. وفي يناير من عام 2009 نشرت شبكة الفيسبوك تقريرًا يفيد بأن عدد الأعضاء النشطين بالشبكة بلغ أكثر من 150 مليون عضو، وأن أكثر من 50% من مستخدمي شبكة الفيسبوك تجاوزوا مرحلة المدرسة والتعليم الجامعي، وفي عام 2009 أكثر من 70 % من أعضاء الفيسبوك لا ينتمون إلى الولايات المتحدة الأمريكية، ووفقًا لموقع alexa.com الخاص بترتيب المواقع فيشير الموقع إلى أن شبكة الفيس بوك تستقبل يوميًا 5% نقره ولوج إليها باستخدام محركات البحث الأخرى، كما أن متوسط الوقت المستغرق لتصفح الشبكة من جانب الأعضاء يصل إلى 25 دقيقة تقريبًا، و51 ثانية للصفحة الواحدة حتى ينتقل إلى الصفحات الأخرى. هذا وتشير إحصائيات موقع ستيتكروب لعام 2015 أن عدد الزائرين للموقع يبلغ يتجاوز 72 مليون زائر يوميًا⁽⁶⁾.

- تسجيل البيانات :

بمجرد ولوج العضو إلى الشبكة والتسجيل بها حينئذ يُطلب منه تفعيل حسابه من خلال ملئ عدة بيانات (الاسم بالكامل - البريد الإلكتروني - كلمة

فيديو. تعتقد، والله، هل ذلك بالفعل على التلفزيون؟ هل ملايين من الناس يشاهدون ذلك؟ لا تعرف، بصراحة كان علي في نهاية المطاف التسجيل على الشريط، لأنه كان يجعلني مستسلمة.

لم تستطع ديبى جراء ربط موثوق به بين الدولتين (ما يجري على شاشات التلفزيون وما يجري في البيت)، وبدأت في التشكيك في حالة التسجيل: هل كان هذا مجرد جزء من "الفيديو المنزلي" (مصنوع بالكامل خارج عالم الإعلام)؟ الثغرة المعتادة بين وسائل الإعلام والعالم العادي لا يمكننا التغلب عليها عَرَضًا، إنها متضمنة بعمق في الاتجاهات المُتعلّمة، وفي التفاوت الإجمالي في الموارد الرمزية في المجتمع. وهذا بغض النظر حتى عن أي تجربة سلبية مباشرة من الظهور في وسائل الإعلام، مثل قصة المنبوذ **Castaway** المقتبسة سابقا.

قد يتطلب تزايد إعلام الواقع لعكس الأضرار المستترة لوسائل الإعلام تحولاً أكبر بكثير من ظهور عشرات الآلاف من "الناس العاديين" على جداول بث تلفزيوناتنا. بالنسبة للأضرار المستترة لوسائل الاعلام المُشكّلة ليس من خلال غياب أي فرد معين من الإعلام، بل من خلال التكوين الكامل للمجتمعات الواسطية: المبادئ الأساسية لهذه الأضرار في الانقسام الدائم للمساحات، والأوقات، والعوالم الثقافية للإنتاج الإعلامي عنها في الاستهلاك الإعلامي. يتطلب عكس هذا التراتب الجغرافي تكوين تشكيل جديد تماماً من وسائل الاعلام والمجتمع. كما يتطلب أن يصبح معظمنا معتاداً على أن يكون مصدراً منتظماً للمعلومات المتداولة علانية، أو على الأقل أن يكون على معرفة وثيقة بهؤلاء المصادر. كما يتطلب أن يصبح معظمنا رواية للقصص باسمنا، أو على الأقل لنا رواية لقصصنا يمثلوننا عبر الوساطات التي يمكننا أن نتصور التأثير عليها (موقع على شبكة الانترنت مشاركين فيه، أو مجموعة نحن نشطاء فيها، أو شبكة يمكننا التأثير عليها). علاوة على ذلك، يتطلب ذلك من معظمنا أن يصبح معتاداً على الترفيه على الأقل لبعض الوقت بمنتجات من خارج المؤسسات الإعلامية. سوف يشير الكثيرون إلى وفرة مقاطع فيديو الهواة على اليوتيوب كبداية لهذه الثورة. ولكن من النظرة الإجمالية ليس هناك أي دليل على إن هذه الظروف الثورية مُشَبَّعةً عموماً في مجتمع مثل بريطانيا .

إذا فكرنا في الصيغ التي أصبحت مهيمنة في إعلام الواقع البريطاني على مدار العقد الماضي، والتساؤل عما إذا كانت الناس قد اعتادت من خلال ذلك النموذج، على أن يكونوا رواة للقصص باسمهم، تشير الدلائل في الاتجاه الآخر بشكل رئيسي. سواء إذا نظرنا على اختيار المتسابقين، فإن عملية التحرير أو التفسيرات اللاحقة للأداء، والخلافات حول السلطة وفيرة. في الواقع، على مدى العقدين الماضيين كانت الأدوار الجديدة التي استقرت في إعلام الواقع ليست أدواراً للأفراد كرواة قصص مفوضين، ولكن أدوار من أجل السيطرة المؤسسية أو فترة الحكي . في المملكة المتحدة، على سبيل المثال، تتضمن هذه الأدوار:

- المضيف برنامج الخبر (مثل تريني Trinny وسوزانا Susannah) اللائي يحكمن الأداء ويمكن أن يطلبن من المتسابقين قبول نصيحتهن إذا كانت لديهم فرصة لاستكمال التحول الذاتي الذي يستند إليه العرض ذو الصلة؛
- المعلق الخبر، مثل علماء النفس أو أخصائي برامج التغذية، الذي يحكم الأداء عن بعد خلال فترة العرض، دون التفاعل المباشر ، أو
- عضو الفريق الخبر الذي يعلق على الأداء بأثر رجعي، كما هو الحال في برنامج المتدرب **The Apprentice**: أنت مطرود التي تتبع الحلقات الرئيسية في المملكة المتحدة في سلسلة (المتدرب).

على النقيض، برامج **UK Video Nation** خلقت في أوائل التسعينات أدواراً جديدة نادرة لرواة القصص الفردية. وتميز التلفزيون الانجليزي بأشكال جديدة من طرق التدريس التي تستخدم العروض "العادية" كوسيلة مثالية للتواصل مع الجماهير الوطنية. بعيداً عن ديمقراطية وسائل الإعلام، أصبح "الناس العاديون" ذاتاً وليسوا موضوعاً في خطاب التلفزيون خلال العقدين الماضيين في المملكة المتحدة على الأقل: نعود في وقت لاحق إلى تقاطع هذه العملية مع الليبرالية الجديدة الأشمل. وفي الوقت نفسه، يبدو طلب الاعتراف في إعلام الواقع مكثفاً، ومؤكداً لمعقولية زعم ألبرتو

ميلوكي **Alberto Melucci** إن "الهيمنة الحقيقية اليوم هي الاستبعاد من سلطة التسمية." نفس الشكوك ضرورية فيما يتعلق بالعديد من الاتجاهات الأخرى التي يبدو إنها تتحدى مركزية السلطة الرمزية ولكن لا ترقى إلى إعادة تشكيل علاقة "الناس العاديين" بوسائل الإعلام: المحتوى الذي ينتجه المستخدمون، والمدونات، وحشد المصادر. كل واحد منهم تطور مثير للاهتمام، ولكن إلى أي مدى هذا الإنتاج بارز في المشهد الإعلامي ويتبعه أفرادا عاديين؟ هل أي واحد منهم يمثل إعادة تشكيل للموارد الرمزية، متاح إلى عدد غير قليل من الأفراد خارج أوقات الاضطرابات السياسية؟ كما إن إمكانية إعادة تشكيل السرد المعاصر كليا مثيرا كما أعلن عنها كُتاب مثل كلاي شيركي **Clay Shirky**، ولكن الشروط المسبقة لإعادة التشكيل لم يتم تحديدها بشكل كاف حتى الآن ، ناهيك عن تحققها.

وسائل الإعلام وتشكيل الخطاب العام

اهتمامنا في هذا الفصل بكيفية تشكيل الأضرار المستترة لوسائل الإعلام للعالم الاجتماعي. بدأنا الفصل بكيف حفزت القوة الإعلامية الشعور بالنقص على المستوى الفردي وهو ما يعمل كوقود لإعلام الواقع. اسمحوا لي الآن بالانتقال إلى عواقب أوسع نطاقا عبر الحياة الاجتماعية . لست مهتماً هنا بحالات الصراع الواضحة التي تتحدى فيها وسائل الاعلام السلطة القائمة مباشرة، أو حالات تقديمها العالم الاجتماعي بطريقة مخالفة بشكل واضح لخبرة معظم الناس اليومية. ويستند الأثر الاجتماعي لوسائل الإعلام في الأنظمة الشمولية التي لا تحظى بشعبية على الصراع بشكل واضح، وهكذا لا يخفى إنه بالمثل في التلفزيون البريطاني خلال الخمسينات وحتى أوئل الستينات كان "الواقع اليومي" مبني من الخارج بوضوح. كان هذا عندما استطاع هوارد مارشال **Howard Marshall** ، مقدم برنامج (بيوت الآخرين **Other People's Homes**) أن يقدم تقريراً عن زيارته لأحد الأحياء الفقيرة في نيوكاسل

Newcastle: “عندما نسافر إلى أماكن غريبة، غالباً ما يحاول معظمنا تصوّر المكان الذي سنذهب إليه... أعرف الآن إن مخيلتي خذلتني”. هذه الفئة من البرامج مستندة إلى سذاجة من الصعب تصورها الآن، على الأقل في بريطانيا، ولكن تظل تأثيرات وسائل الإعلام الأقل وضوحاً، أو المستترة، على العالم الاجتماعي مهمة.

البعض يشير إلى وسائل الاعلام عموماً كمرآة تشوه العالم الاجتماعي، ولكن قد تكون التأثيرات المستترة لوسائل الإعلام إيجابية. خذ على سبيل الطابع غير الرسمي التدريجي وتزايد درجة انفتاح التلفزيون والإذاعة البريطانية منذ أواخر الستينات فصاعداً. التلفزيون والإذاعة، كوسائل إعلام عادية لتمثيل الحياة الاجتماعية، أثبتت إنها أدوات قوية، كما لاحظ سكانيل **Scannell** في دراساته الرائدة عن الراديو، لتوسيع مجال “مجرد إمكانية الحديث عن”، وذلك ببساطة من خلال ممارستهم العادية من تحويل حياة الناس اليومية إلى مرجعية اجتماعية. ويتجلى إصدار محدد من هذه الأطروحة في تقدير جوش جامسون **Josh Gamson** للبرامج الحوارية الأمريكية **talk shows** ولقدرتها على جعل حياة الأقليات الجنسية منظورة و”موجودة هناك”: البعض يقول إن نماذج العرض الذاتي عبر الإنترنت تعمل بالطريقة نفسها. ولكن كما انتهت دراسة جامسون فإن ثمن هذا العرض قد يكون باهظاً: تأكيد الصور النمطية العامة و التسلسلات الهرمية حول التفضيلات الجنسية بالإضافة إلى التهريب في التمثيلات القياسية الأخرى الغامضة، إن لم تكن سلبية في تأثيراتها صراحةً. وعموماً، كما يرى جامسون، كانت نتيجة البرامج الحوارية على الأقليات الجنسية إيجابية. ومع ذلك، هذه حالة محددة وصعبة. هل يمكننا الوصول إلى أي استنتاجات حول تأثيرات وسائل الإعلام المستترة على العالم الاجتماعي عموماً؟

دعونا نسلم بالأدبيات المهمة حول كيف تنتج التقارير الإعلامية أجندات منتظمة معينة أو أطراً للخطاب العام: بقدر اهتمام وسائل الإعلام بتمثيل العالم الاجتماعي وحدوده، تشارك المؤسسات الإعلامية في تعريف “المُطلعين” و”الدخلاء” في الخطاب الاجتماعي، وربما السياسي الدولي أيضاً. دعونا نسلم أيضاً، ولكننا سنضع

ذلك جانباً في الوقت الراهن، إن النتائج المترتبة على تزايد سحب الاستثمارات من الإنتاج الإعلامي عموماً في كثير من البلدان وتضييق الدخول إلى المهنة الإعلامية الناتجة على أساس طبقي. ما تحت هذه العمليات المعينة هي ضغوط سردية طويلة الأجل متأصلة نتيجة للتفاوت في توزيع السلطة الرمزية وذلك ضار بما يكفي لاعتباره منفصلاً عن الأضرار المستترة الممكنة لوسائل الإعلام. بعيداً عن الاختفاء في العصر الرقمي، هناك دلائل على أن هذه الضغوط تتزايد.

لاحظنا في إعلام الواقع نشوء السلطة التعليمية للمؤسسات الإعلامية عبر العديد من جوانب الحياة اليومية : الملبس، و العلاقات العاطفية الجديدة، والزواج، وديكور المنزل، والطبخ، وتربية الأطفال، والعناية بالصحة الشخصية، ومنع الجريمة، والتعافي من البطالة (هذه القائمة من البرامج لا نهاية لها). هذه السلطة الجديدة أفضل فهم لها ليس إنها نتيجة نية المؤسسات الإعلامية “الادعاء بأنها تمتلك السلطة في مجال معين. معظم البرامج التي ناقشناها، بعد كل شيء، لا تنتجها مؤسسات إعلامية جريئة وطموحة وواسعة الانتشار، إنما المؤسسات الصغيرة والمستقلة الموجودة من خلال بيع صيغ مواد إعلامية للمؤسسات الكبيرة و شبكات البث. تطبق تعقيدات أخرى على النطاق عبر الوطني: في التلفزيون يلعب ما اسماه جوزيف سترابهر **Joseph Straubhaar** “القرب الثقافي” دوراً رئيسياً في التأثير على وسائل الإعلام التي يستهلكها الناس، ولكن هذا القرب يعمل في كثير من الأحيان عبر السوق التلفزيونية الإقليمية على أساس اللغة المشتركة أو التقارب الثقافي (العربي العالم، وشرق آسيا) من خلال تشكيل “رأس المال الإعلامي” الرئيسي للتدفقات الإعلامية دون أي علاقة بسيطة بالسلطة الوطنية. على الرغم من هذه التعقيدات، السلطة التعليمية لإعلام الواقع فعالة لسببين . الأول، إنها ضرورية، وهو أثر غير مقصود من لاحتياج المؤسسات الإعلامية لكل من التجارة في صيغ برامج رخيصة ، وفي أن تجد طرق يمكن الاعتماد عليها من أجل الحفاظ على اهتمام عدد كبير من السكان”. الثاني ، إنها

تحمل شرعية، وإعادة تقديم الحياة اليومية باعتبارها "واقع" مُعتمد إعلامياً داخل الأسطورة الأوسع للمركز الواسطي.

إعلام الواقع هو شكل فعال اقتصادياً ورنان اجتماعياً (بتعبير إلياس Elias) ينتج صيغاً سردية من المادة الخام للحياة اليومية. صيغ إعلام الواقع مختلفة عن التاريخ الطويل من القصة الإنسانية وأبواب المشاكل الاجتماعية في الصحف لأنها تنطوي على أداء "الناس العاديين" أمام جمهور كبير. تعليم إعلام الواقع يقوده الاعتبارات السردية، وليست النية التعليمية: سلسلة منتظمة من المزايم مفادها إن هذا النوع من العملية المعالجة ينجم عنه ذلك النوع من النتائج بالنسبة للشخص الذي يظهر هذا النوع من المهارات. من المسلم به، إن خبراء التعليم المنخرطين في إعلام الواقع يجب عليهم تأدية المهارات بأنفسهم، الأمر الذي يجلب المخاطر، ولكنها ليست أقل سلطوية من أجل ذلك. مصالح وسائل الإعلام - الهدف البسيط من الحفاظ على "آلة الواقع" مستمرة في إملاء مواقف الحياة - موجودة أينما يمكن ممارسة تلك التعليمية دون إعاقة. ونتيجة لذلك، يظهر المزيد والمزيد مما تقدمه لنا وسائل الإعلام على إنه "طبيعي" (كشرائح من الحياة اليومية) آخذة أشكالاً مُشكلة مسبقاً لممارسة ذلك التعليم: آليات معينة من الحكم و التأمل الذاتي، وأشكال منتظمة معينة من التحول الذاتي. إعلام الواقع يجعل العالم الاجتماعي تلقائياً في تصويره الخاص، مقلصاً لغات الوصف الاجتماعي، وممارساً ضغطاً تراكمياً وثيق الصلة بـ "السلطة التعريفية".

بعض الروايات تُمنع تلقائياً باستخدام هذه العملية: على سبيل المثال، أي سرد يصر على أن عمليات الحياة اليومية عموماً ليست مثل الألعاب التنافسية التي لها نتائج مقلصة بسهولة (برامج المتدرب The Apprentice، غرف التغيير Changing Rooms) والأجزاء المعكوسة بسهولة (استبدال زوجة Wife Swap)؛ أي سرد يصر على أن أي مؤسسة أو وسيلة إعلام لديها المعرفة أو السلطة لتعلمنا "كيف نعيش". و في المقابل بعض الروايات يتم تشجيعها: تلك التي تعامل الواقع الاجتماعي على إنه

مُقدّر بسهولة، والمنتجة لاستجابات عاطفية قوية وفرصا واضحة للتحويل الذاتي الدراماتيكي والمشهدة. والنتيجة هي ممارسة "سيطرة فعالة" (على حد تعبير دراسة بريندا ويبر Brenda Weber الرائعة عن عروض التحويل الأمريكية/البريطانية) التي تكون محايدة اجتماعيا بالكاد.

لا نعرف حتى الآن إلى أي مدى ترسخت النماذج والمراجع المقدمة من خلال إعلام الواقع في السلوك الاجتماعي الأشمل في بلدان معينة: أعود إلى الآليات الممكنة المُستخدمة في نهاية الفصل. لا يزال إعلام الواقع شكلا جديدا نسبيا في المنظور التاريخي الأبعد. وسوف يعتمد مصيرها على المدى البعيد على الدرجة التي تبدو فيها الأشكال الطقوسية تعالج الأضرار المستترة التي تُحدثها قوة الإعلام وبالتالي توجه الناس في عرض شئ من قبيل الاعتراف الاجتماعي.

مع ذلك، من المفيد أن ننظر إلى أبعد من الطريقة التي يؤثر بها إعلام الواقع على العالم الاجتماعي و النظر في أشكال أخرى معترف بها منذ أمد أطول من الأضرار المستترة الناجمة عن وسائل الإعلام . هنا قراءة برونو لاتور Bruno Latour (في تقديره الفريد لـ"الحدث") للعلاقات المستترة بين الشبكات والفضاءات مفيدة للغاية. بمجرد أن ننظر لوسائل الإعلام باعتبارها "شبكات تكنولوجية" موضوعة في الفضاء، فإن إغراء تبني تفسير وظيفي لكيفية ارتباط وسائل الاعلام بالفضاء الاجتماعي يختفي . كما يكتب لاتور: "الشبكات التكنولوجية هي شبكات مُلقاه في الفضاءات، ولا تحتفظ إلا بعدد قليل من العناصر المتناثرة من تلك الأماكن. فهي خطوط اتصال، وليست سطوحا. فهي ليست عالمية شاملة أو منهجية بأي حال من الأحوال، على الرغم من أنها تبني سطوحا دون تغطيتها، وتمد طريقا طويلا للغاية". يفهم لاتور الأفكار والمعلومات بنفس الطريقة- والسبب إن لديها كثير من القواسم المشتركة مع شبكات تلفزيون الكابل أكثر مما لديها قواسم مع الأفكار الأفلاطونية". و تذكرنا ملاءمة استعارة لاتور بأن وسائل الإعلام هي قبل كل شيء مكانية - توزيع مكاني للأفكار و الصور.

وهذا يعطي حياة جديدة لرؤية قديمة مفادها إن وسائل الإعلام تصل منهجيا إلى مصادر السرد القريبة منها جغرافيا. وإن قيام وسائل الإعلام بذلك لا سيما مع مصادر الأخبار أو المصادر السياسية الرسمية معروفا منذ فترة طويلة، ولكن ذلك ليس ميزة متأصلة في الخطاب الإعلامي عادةً. مع ذلك وطالما إن الموارد المتاحة للإنتاج الإعلامي تنخفض بلا هوادة، فإن أشكال أخرى من الإفراط في الوصول تصبح مهمة: الإفراط في وصول جهود العلاقات العامة الخاصة بالممثلين المؤسسين الذين هم من خارج وسائل الإعلام، ولكن قريبين منها، أو من "المصادر" التي تقدمها وسائل الإعلام نفسها. هذه الحجج يمكن مدها عندما ننظر إلى الديناميات الإقصائية في قلب تكنولوجيات الاتصال الجديدة مثل نظم المعلومات الجغرافية (نظم المعلومات الجغرافية GIS). وسائل الإعلام، في أحسن الأحوال، وبتعبير لاتور Latour، هي شبكة مرفوضة في الفضاء الاجتماعي من نقاط رسو محددة مقرها في تركيزات القوة الرمزية. بدأنا هنا في رؤية كيف إن الأضرار المستترة لقوة وسائل الإعلام تتجاوز النقص الفردي و تشمل ميزات منهجية لكيفية تشكيل العالم الاجتماعي بالنسبة لنا جميعا، مما يجعل "العوامل الاجتماعية" الممكنة الأخرى غير مرئية، ولا يمكن تصورها، وتمثيلها. ويمكن تتبع هذه الظاهرة من خلال عدد من جوانب الثقافة الإعلامية المعاصرة.

الشهرة والجريمة

درسنا الشهرة في الفصل الثالث من وجهة نظر إضفاء الطابع الطقوسي. الشهرة ليست ظاهرة طبيعية، حتى لو إن الشهرة والإعجاب هما من سمات أي مجتمع كبير: الشهرة هي أكثر نتيجة محددة من اهتمام السكان نظرا إلى أنواع الناس القريبين عمليا من العملية الإعلامية.

فشل تشخيص قديم للمشاهير بأنهم "ناس مُزيفون" في أن يرى إن هؤلاء المشاهير هم أيضا مركز نسبة ضخمة للغاية من التفسير الشعبي الذي يستمد صداه من العجز بالاعتراف الحقيقي تحديدا، وهو جانب واحد من الأضرار المستترة لوسائل الإعلام. بالتالي لا يمكن نبذ المشاهير كأنهم "لا شيء". المشاهير أشخاص حقيقيون يمثلون جوانب مهمة من المجال الاجتماعي، إنهم يمثلون ما يسميه دوركايم "طرقا للتصرف [التي] تم استبطاها بشكل مشترك". لكن جوهر الحقيقة في تلك الانتقادات القديمة الموجهة إلى المشاهير تكمن في الاستثناءات المتأصلة في إنتاج المشاهير لما لا يمكن تعويضه أبدا من ثراء تفسيري في الثقافة الشعبية. الصيغ "كثيفة الشهرة" من العالم الاجتماعي مزدحم بصيغ عامرة بأنواع مختلفة من الفاعلين الجماعيين أو التمثيليين: النقابات العمالية والحركات الاجتماعية و منظمات المجتمع المدني. الاقتصاد السياسي حاسم هنا: أخبار المشاهير رخيصة الإنتاج، وبالتأكيد أرخص من إرسال المراسلين الأجانب إلى حروب أو حركات سياسية بعيدة. في حين إن هذه ديناميات منفصلة تماما؛ وتتعزيز معا "لصالح" ثقافة الشهرة داخل البيئة الإعلامية المتغيرة اليوم. فإن لا شيء من هذا ينكر إن المشاهير أداة يمكن أن يستخدمها لاعبون محددون في الصراع الاجتماعي والسياسي نحو غاياتهم الخاصة (انظر الفصل السادس): مع ذلك نحن مهتمون بالثبوت العام للشهرة كمرجعية في الخطاب العام.

مثال آخر مهم هو الجريمة. أصبحت الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة وفقا لعالم الإجرام الأمريكي ديفيد جارلاند **David Garland** "مجتمعات مرتفعة في معدلات الجريمة" بمعنى مناقض إنها تتميز ليس بارتفاع معدلات الجريمة ولكن بارتفاع التصور للجريمة الناتج من ارتفاع الوزن النسبي الممنوح للجريمة في السرد الإعلامي عن العالم الاجتماعي. توفر الجريمة (مع مصادرها الرسمية الجاهزة، والضعفاء، والضحايا الجاهزين للكلام غالباً، والربط المباشر بالتربية الأخلاقية) مصدرا جاهزا للاستخدام في قصص وسائل الإعلام، كما تقدم جرائم محددة "لافتة" لوسائل الإعلام "مؤشرا إلى حالة المجتمع والنظام الاجتماعي". والفكرة ليست إن

وسائل الإعلام تخلق الجريمة أو "تؤسس" خبرتنا عنها، بل إن الاختيار المنتظم لوسائل الإعلام من قصص الجريمة للإبراز أصبح لعقود عديدة "يضيف الطابع المؤسسي على خبرة الجريمة": لهذا وصلنا إلى إن خبرة الجريمة أصبحت من خلال وسائل الإعلام "في متناول اليد"، سواء كانت ممارستها في الواقع قريبة منا أم لا. وبعبارة جارلاند، و وسائل الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية وفرت لنا بانتظام، فرصا يومية تلعب فيها بعواطفنا من الخوف والغضب والاستياء والولع الذي يستفز خبرتنا من الجريمة. هذه المؤسسة تزيد من بروز الجريمة في الحياة اليومية، كما تنغم استجابة الجمهور... مع وسائل الإعلام التي من خلالها يتم إعادة تقديم الجريمة والتمثيلات الجماعية التي تؤسسها وسائل الإعلام بمرور الوقت.

الحكومة ووسائل الإعلام، الخطاب الشعبي والفردى يصبحان ممتزجين معا حول "التوافق" المقطوع من الأسس الواقعية التي تلمح إليها خطابيا. "تأثير التحول" الناتج يضيف الصلابة على أنواع معينة من الحقائق والشخصيات في المشهد الاجتماعى، ويمكن تتبعه في الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة وهولندا. وفي الوقت نفسه، ما تحت السرد البديل السطحي المُجَمَّل (من الإفكار، والنضال، وعدم التنشئة الاجتماعية) مطموس. إذن المسألة ليست فقط المشهديات المألوفة للعالم الاجتماعى، ولكن عدم الاختيار لما هو موجود أمانا بالضبط، ما يسميه نيك ميرزوف Nick Mirzoeff منطق "الا مشهد".

هذه هي الأضرار المستترة للعالم الاجتماعى التي تنجم عن التركيز المتراكم للسلطة الرمزية في المؤسسات الإعلامية عندما تُترك العملية الإعلامية لتغذي نفسها. ولكن مثل هذه الأضرار لا يمكن النظر إليها بمعزل عن القوالب المؤسسية الأشمل. هل يعكس التصوير الإعلامى المبالغ فيه للجريمة في الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة وأماكن أخرى استراتيجية هجومية من الدولة لاستخدام الجريمة في معاقبة الفقراء (لويك واكننت Loic Wacquant) أو استراتيجية دفاعية لاستخدام الإجراءات المتصلة بالجريمة، من خلال وسائل الإعلام، لدعم الشرعية الضعيفة للدولة في الحادثة المتأخرة (جارلاند Garland)؟ وبما إن الدولة الليبرالية الجديدة هي الموقع المعقول

تماماً لكل من السياسة الاجتماعية الإقصائية والبيروقراطية الوطنية التي قدرتها على “إدارة” الأحداث اليومية تعتمد بشدة على وسائل الإعلام، فإن الديناميات الكامنة يصعب فصلها. نعود إلى الليبرالية الجديدة في خاتمة الفصل.

عمل محركات البحث

تبرز بنية الإنترنت ونطاقها مشاكل أعمق من “الأضرار”، حيث إن جميع المعارف العامة يتم الوصول إليها، باضطراد، من خلال الممارسات المستترة لمحركات البحث. ناقشنا في الفصل الثاني الدور الأساسي الذي تلعبه محركات البحث الآن فيما يستوضحه أي واحد منا حول العالم. مسألة الأضرار هنا معقدة، لأن أجهزة الترشيح التي تعتمد عليها محركات البحث في حد ذاتها لا يمكن أن تعمل إذا كان فضاء معلومات الويب اللانهائي بشكل فعال “مسطح” تماماً: يحتاج فضاء الويب إلى أن يكون متفاوتاً في الطرق التي تولد اختلافات يمكن تسجيلها إذا لم تكن في متناول العنصر الإنساني تماماً. تقيد طوبولوجيا الويب الأساسية (ميلها إلى البناء من خلال تراكم المحاور والعقد مع أعداد كبيرة من وصلات) ما يمكننا “رؤيته” حتى بمساعدة محركات البحث. يفضل نظام تصنيف الصفحة الخاص بجوجل لتقييم ما بنود البحث التي تحصل على رتبة أعلى من الآخرين الصفحات التي لديها مزيد من الروابط لهم، وبالتالي تعزز آلية “المرفق التفضيلي” الذي يضمن إن الصفحات الشعبية بالفعل تصبح أكثر شعبية. بعض الآثار الرئيسية تلي ذلك. لأن الباحثون يميلون إلى قضاء أقل وقت وجهد للوصول إلى نتيجة مرضية لبحثهم (بدلاً من إنفاق المزيد من الوقت للحصول على نتائج “أفضل”)، ولأن حجم المعلومات (والاعتماد على محركات البحث) يزداد أضعافاً مضاعفة، فإن من المرجح ألا ينظر الباحثون إلى أبعد من الصفحة الأولى من نتائج البحث الخاصة بهم. ونتيجة لذلك، أي “تحيز” مبني داخل جوجل أو أي مطور خوارزميات محرك بحث آخر، مالم يكن مكشوف تماماً، سيكون له تأثير متزايد على فضاء المعلومات الذي يظهر للمستخدمين.

وهذا له عواقب عميقة على الأخبار، على سبيل المثال: ليس فقط اعتماد العديد من مستهلكي الأخبار الآن على محركات البحث، والصفحات الرئيسية و تغذيات ملخصات الموقع الغنية **RSS feeds** لفلتر الأخبار وفقا لاختياراتهم الشخصية، ولكن الصحفيين أنفسهم يستخدمون محرك البحث جوجل **Google** لاكتشاف وتتبع القصص، والكتابة، لكي يصبح المحتوى الذي ينتجونه يمكن البحث عنه بسهولة. ونتيجة لذلك، كسلطة رائدة في محركات البحث، يلاحظ ألكسندر هالافيس **Alexander Halavais** ، إن هناك أسبابا وجيهة لتوقع إن منطق وسائل الإعلام وديناميات محركات البحث يعززان بعضهما البعض بمرور الوقت، دون أي حاجة للتواطؤ أو التخطيط : أصبح الأكثر بحثاً على جوجل أحد “نوافذنا” الرئيسية على العالم، والأكثر صعوبة هو أن نرى هذه القوى الهيكلية المستترة وكيف لها الممارسة العملية. وهذا له آثار على التوازن الجغرافي “للعالم” الذي نختبره والمتفاوت مُسبقاً، حتى إذا كان ممتداً في مداه، بطرق لافتة.

ومن ثم هناك نقاش كبير حول سياسة وأخلاقيات محركات البحث. ووفقا لتقييم حديث حول النقاش العام في وسائل الإعلام القديمة والجديدة، فإن “محركات البحث” قد تسكت النقاش المجتمعي واقعيًا من خلال إعطاء مساحة أكبر للممثلين والمؤسسات القائمة؛ أبعد من كونها فضاء لحرية المعلومات، الانترنت هي مساحة سوق حيث أنواع مختلفة من المعلومات (مدفوعة بمحركات بحث متنافسة) تتنافس على الاهتمام، رغم كل التفاوت الناجم عن ذلك. المُنظَر القانوني الرائد لورانس ليسيج **Lawrence Lessig** يتجاوز ذلك قائلا إن الويب أقل “بنية ابتكارية” من “بنية السيطرة”. وهذه السيطرة مستمدة من عوامل متعددة تشمل الكود المبني منه البنية الأساسية للويب والقيود المحددة مسبقا على الاستخدامات والتكييفات المتضمنة في صلب أجهزة مثل آي فون **iPhone** الذي يفرض برمجيات وواجهات مسجلة الملكية على المستخدمين. يمكننا القول إن تطبيقات الهاتف تمثل مجالا رئيسيا، كما قلت في

الفصل الثاني، حيث يجري إعادة تشكيل عالمنا التجريبي بطريقة تفيد كبري الشركات الالعبه دون تلك العاملة المفتوحة للعرض.

إذا كانت تلك الانتقادات لبنية الانترنت المتطورة صحيحة، فإننا نحتاج ، كما يقول ريتشارد روجرز **Richard Rogers**، المزيد والمزيد من الأبحاث على التحيز الصريح في اختيار محتوى وعرض المواقع والبوابات على شبكة الإنترنت. كما نحتاج أيضا إلى “سياسة المعلومات الخلفية” التي تكشف القوى التي تشكل معارك المصادر المستترة لتصبح مرئية في العالم الذي يظهر لنا على الانترنت. يوفر لنا تاريخ بحوث وسائل الاعلام هنا شعور ديجا فو[إننا عشنا ذلك من قبل]: دراسات السبعينات والثمانينات على “كثرة محددات” مصادر الأخبار المهنية لتغطية مصادر المعلومات أصبحت الآن جذرية لتغطية مصادر المعلومات التي يستخدمها أي منا. بمجرد أن نأخذ بعين الاعتبار دور المسوقين (سياسين أو تجاريين) في استهداف “حرية المعلومات” للتأثير على أفعالنا، فإن الحاجة إلى سياسة معلومات تصبح ماسة .

الاستنتاج

في هذا الفصل، كنا معنيين مباشرة بتأثيرات وسائل الإعلام على أنطولوجيا العالم الاجتماعي. خلال جزء كبير من الفصل نظرنا في الأضرار المستترة التي تؤثر على الأفراد، ولاسيما تأثيرات وسائل الإعلام على الفهم الاجتماعي. انتهينا إلى الانحراف الخفي لـ “ماهو” على الإنترنت، والديناميكية التي تنطبق في أي بلد . مع ذلك يترك الجزء الأول من الفصل قضية التحليل المقارن بلا حل وهو ما أريد الرجوع إليه . قدم جزء كبير من هذا الفصل للديمقراطيات الليبرالية الجديدة مثل الولايات المتحدة والمملكة المتحدة حيث التربية الاجتماعية العرضية لوسائل الإعلام الحديثة، والبحث المركز لوسائل إعلام الدولة الحديثة على الشرعية يجمع في تعايش قوي ترابطا متبادلا بين مجالين مؤسسين ضعيفين: قد يحفظ ذلك التعايش أسطورة المركز الواسطي الكامنة في المستقبل المنظور. وفي ظل تلك الظروف، تقدم لنا وسائل الإعلام

العالم الاجتماعي التي تجد "حلولها" في السياسة الضيقة التي، بدورها، تعتمد على وسائل الإعلام في مرجعيتها "الواقعية"، والعالم الاجتماعي الذي تاريخه (مصادر أمله) انخفض بشكل كبير إلى تاريخ تقديرات الإعلام للعالم الاجتماعي. يلتقط المنظر الاجتماعي الألماني نيكلاس ليهمان **Niklas Luhmann** هذا التحول في استعارة لافتة حين يقول إن وسائل الإعلام تمدنا "بالقيمة الذاتية" للمجتمع. في ميكانيكا الكوانتم، "القيمة الذاتية" هي بعض الخصائص المعينة تظل "قيمتها" العددية ثابتة، مهما كانت التحويلات الأخرى التي تحدث في النظام المتضمنين فيه. من خلال مجموعة معقدة من الضغوط، أهمها إعلام الواقع، تخاطر بعض المجتمعات بأن يكون وضعها الافتراضي للإعدادات، أو "قيم" النشاط الاجتماعي أو الحقيقة الاجتماعية التي حولها العمليات الإعلامية تميل للاستقرار، نظراً إلى تنافسية الإعلام ودينامياته الأدائية. والنتيجة غير مقصودة، ولكن لها كل صرامة الأيديولوجية: أيديولوجيا عرضية للعالم الاجتماعي. هل يكون هذا أحد العوامل المستترة في تثبيت القيم الليبرالية الجديدة كإعدادات افتراضية في سياسة بلدان عديدة.

ولكن بالتأكيد، سوف تستجيب، الناس قادرون على التفكير وإلا سوف تقترح عليهم وسائل الإعلام حينها! بالطبع إنهم، وكما أوضحت الدراسات الحديثة، ماكرون خاصة في بناء إعلام الواقع. ولكن، كما أكدت، لسنا معنيون هنا بأيديولوجية فهم نظام الخطأ أو الاعتقاد المضلل. نحن مهتمون بشيء أكثر صعوبة في التحول: تنميط الأفعال والانتاج الذي يحدد الأشكال التي يُقدّم بها العالم الاجتماعي، وبالتالي تضيق المرجعيات المتاحة للحديث اليومي. إذا ما كان مؤلف بادي سكانل **Paddy Scannell** عن توسيع راديو المملكة المتحدة في منتصف القرن العشرين لـ "مجرد القدرة على الكلام" لديه القوة. فلا بد أن يساعدنا على فهم اتجاه بحثي في الاتجاه المضاد، وتقلص "مجرد القدرة على الكلام"، مما يقيد توقعاتنا لما هو موجود في العالم الاجتماعي. وبالتالي على سبيل المثال في هولندا، الحديث عن المشاهير لا يقدم بالضرورة دليلاً عن التماهي مع المشاهير، ومازال

تقليداً لهم أقل مباشرة، لكنه يقدم دليلاً على كيف تكتسب أنواع معينة من السلوك شرعية وتطبيع. وبالمثل في المملكة المتحدة والولايات المتحدة عروض التحول التليفزيونية لا تنتج أيديولوجية إيجابية للشخص، ولكنهم يحصلون عليها من خلال ممارستهم الطبيعية، تعطيل أي معنى لـ "الذات الصالحة" التي لم يتم تحويلها جسدياً من خلال "عملية التحول الكاملة". في تلك البلدان، تُخلق المعايير الاجتماعية الجديدة بعيداً عن العضوية الاجتماعية الرسمية ولكن تضبط جيداً لضروريات السرد في الانتاج الإعلامي. القيم الجمالية (حول جودة الانتاج) وعمليات التقييم والتوصية المستندة إلى الشبكات الاجتماعية من المرجح أن تدعم، ولا تطعن في مثل هذه المعايير المستندة إلى الترفية. لا حاجة إلى نظام اجتماعي موحد لتعزيز اتساق مثل هذه المعايير؛ فاتباعها، في جزء منه، يرجع إلى الديناميات الكامنة خلف صناعة الإعلام نفسها. والنتيجة هي مبدأ جديد للأنطولوجيا الاجتماعية، القدرة المفترضة لوسائل الإعلام على التشكيل، وبعبارة بولتنسكي المثيرة للذكريات "كيف تبدو الأمور مع ما هو".

ولكن هذه ليست الإمكانية الوحيدة للتغيير. تقدم البلدان التي يظهر فيها نطاق جديد من مؤسسات الإعلامية قادرة على تحدي الحكومة والنخب الدينية، ربما لأول مرة بفاعلية (السعودية، والصين)، منظوراً مختلفاً. الكتابة حول إعلام الواقع في العالم العربي، كما يلاحظ مروان كريدي إنه "بسبب إن ادعاءات تليفزيون الواقع إنه يقدم الواقع، فإن ستار أكاديمي يفترض عالماً معيارياً". عالم أنت الذي ترسي معايير بدخول واقعه المفترض باعتباره حقيقة أو بأن تكون متسابقاً. حيث تولد عمليات الإعلام داخل الصناعة العابرة للحدود الإقليمية معايير تتناقض مع خرائط العالم الموجودة (على سبيل المثال الأديان المحافظة والايديولوجيات السياسية)، يحول نزاع الجنسية الناتج مجال الترفية إلى منطقة ابداع اجتماعي لا يمكن التنبؤ بها. هذا لا يستبعد إمكانية إن المعايير المستقرة في هذا الإعلام سوف تولد أضراراً خفية على المدى الطويل، إنه يكاد يتعارض مع ديناميات الرغبة الفردية والضرر المركز على الظهور الإعلامي المذكور سابقاً في هذا الفصل. ومع ذلك فإن هذا الانفتاح للخطاب العام من

خلال أشكال الإعلام في مناطق الصراع الشديد مثل الشرق الأوسط يستحق نظرة عن كثب. يجب أن تعترف نظرية الاعلام الموجهة اجتماعياً بكلا النتيجتين. ويؤثر تعقيد مماثل على علاقة الإعلام المباشرة بالسياسة، وهو موضوع الفصل التالي.

الفصل الخامس

مجتمع الشبكة، والسياسات الشبكية؟

“حولت البنية الأساسية الإلكترونية للعالم الكوكب بأكمله إلى سوق للأفكار...ولهذا نشهد ثورة حقيقية؛ السلطة تنتقل حقيقةً إلى الناس”.

والتر ريستون **Walter Wriston**

“لا تتناسب [الانترنت] تماماً مع الطريقة التي يندمج بها الناس في المجتمع سياسياً... الإنترنت هي أحد أشكال السينتوبيا **Syntopia** [مُط من المزج بين البرمجيات] وامتدادا لها، ولكن لازالت تتكامل بشدة مع قنوات وعمليات الاتصال الأخرى من الاتصال وجهاً لوجه، والاتصال الواسطي”.

جيمس كاتز **James Katz** ورونالد رايس **Ronald Rice**

“إرساء الديمقراطية عملية ديناميكية غالباً ما تظل ناقصة، وتنطوي دائماً على خطر الارتداد إلى اللاديموقراطية”

تشارلز تيلي **Charles Tilly**

كانت نظريات الوظيفية المجتمعية تعتمد على افتراضات في أوائل منتصف القرن العشرين، أصبحت الآن قديمة، أينما كنا: أصبحت افتراضات النظام الاجتماعي

الواحد، والمتكامل تماماً مع القيم الاجتماعية، والعمليات الاجتماعية محدودة بحدود الدولة الوطنية. تتحدى النظرية الاجتماعية المعاصرة هذه الافتراضات. شكك برونو لاتور **Bruno Latour** في فكرة "الاجتماعية" كموضوع للتحليل، مقترحاً علم اجتماع للاتحادات **sociology of associations** أو أسيسيولوجي **associology**. بالرغم من هذا أوضحت في الفصول الأربعة الأولى إن، بدايةً من الافتراضات الدُّنيا حول النظام الاجتماعي- بالطبع بدايةً من نقطة الانطلاق الواضحة إن هناك تعددية في القيم، وليس "مركز" تفسيري للمجتمع، ولا "مركز" متماسك لعمليات الإعلام - نستطيع تفسير كثير من الضغوط الجاذبة في وسائل الإعلام والحياة الاجتماعية المعاصرة. وبهذا المعنى يمكن إصلاح جوانب تقديرات المجتمع المبكرة، بالرغم من الحجج المختلفة وتحت ظروف انطلاق عبر وطنية على الأقل الآن جزئياً.

ولكن ماذا عن الإمكانيات التحويلية التي تنبع من الميزات الجديدة جذرياً للإعلام الرقمي؟ ماذا لو كان الإعلام الرقمي يتضمن في داخله أساسيات لعالم اجتماعي جديد، وسياسات جديدة؟ هذا كان أملاً لكثير من الكتاب المعجبين بطبيعة النشر الاجتماعية لـ"ويب 2". توافقت توقعات الأشكال الجديدة من الاتصال السياسي والاجتماعي وحتى السياسية جذرياً مع الموجات السابقة من التغيرات التكنولوجية: بالنسبة لقرن الطبقة العاملة الأوروبية التاسع عشر، مثلاً، تعلق الآمال على المنشورات السياسية. وفي النصف قرن الماضي، تشوّهت التقديرات للإنترنت بما أسماه فينسننت موسكو **Vincent Mosco** ساخراً "الذروة الرقمية". ولكن سواء بالغنا أم لم نبالغ يجب أن نعترف إن الإنترنت مصدراً عظيماً للابتكار المؤسسي لإن ممارسات الاتصال الرقمي، مثلما كانت الصحف منذ قرنين مضوا، شكلت موارد مع قوة المؤسسات. ووضعت أحداث الربيع العربي في 2011 مثل هذه النقاشات في بؤرة الاهتمام.

احتمالية أن تكوّن أشكال وسائل الإعلام الرقمية والبُنى الأساسية بحد ذاتها وسائل بناء نوع مختلف من التنظيمات الاجتماعية- دون المراكز الاجتماعية المسلم بها في 200

عاماً الماضية - شيء ملهم سياسياً ، ولكن دعونا نتذكر في البداية أمرين. الأول الحكومات، ووسائل الإعلام، والشركات، وحتى عناصر عديدة في المجتمع المدني لديها مصلحة مكتسبة في تجنب مثل هذه إعادة التنظيم الأساسية (موضوع السلطة ناقشناها بالفعل في الفصل الأول)؛ الثاني، التنبؤات بالتغيير السياسي والثقافي استناداً إلى خصائص وسائل الإعلام تميل إلى الاعتماد بالأحرى على تقدير دقيق للعمليات الاجتماعية. وهذا ليس، وفقاً لـ "لاتور"، لأن "الاجتماعية" غير موجودة، ولكن بسبب تقدير "قوام" الحياة الاجتماعية المُمَكِّنة رقمياً، ومواردها من الانخراط السياسي يظل قابلاً للتطوير . كما سوف نرى في الجزء الثاني من الفصل هناك عوامل كثيرة تشير إلى تقييم أقل تفاؤلاً لآثار وسائل الإعلام الرقمية على السياسة الديمقراطية. الكثير منها يعتمد على أي جزء من العالم، وأي قالب مؤسسي، وأي سياق ثقافي نناقشه. وسوف يساعدنا فهم هذه العوامل على فهم لماذا ظلت المقولة التكنولوجية لـ والتر ريستون **Walter Wriston** المصري السابق ببنك سيتي كورب (المقتبسة بالأعلى) والتي قيلت قبل اختراع الويب حتى اليوم بعيدة عن التحقيق كعهدها دوماً، ولماذا الحذر من الاقتباس الثاني والثالث المذكور بالأعلى ضروري.

بينما هناك العديد من النظريات المتنافسة (ليبرالية، أوجهورية، أو غرضية، أو نخبوية) لكيفية عمل الديمقراطية، فإن أطروحتي هنا لا تستند على اتخاذ موقف معين من تلك القضية. على أقصى تقدير، أبدأ من فرضية إن الديمقراطية جيدة ولهذا الغرض، كما يقول شيلدون ولين **Sheldon Wolin** ، فكرة: الديمقراطية " قائمة على ثقافة تشجع الأعضاء على المشاركة في المساعي العامة... كوسيلة للعناية بجزء محدد وملموس من العالم وأشكال الحياة. الاجتماعية المفقودة

انتجت الإنترنت، بسبب سماتها الشبكية الأساسية، إمكانيات جديدة للاتحادات، والتعبئة، والعمل السياسي. تلخص سارا بنتيفجينا **Sara Bentivegna** الامكانيات

السياسية للويب في “التفاعلية”، و”الوجود المشترك”، و”الا وساطة”، والتكاليف المنخفضة، “والسرعة”، وقلة الحواجز. نستطيع الآن اللقاء والتنظيم سياسياً مع ناس لا نعرفهم، ولا نستطيع رؤيتهم، وأن نفعل هذا بسرعة كبيرة، عبر الحدود المحلية، والإقليمية، وحتى الوطنية. البعض يرى هذا كبداية لوضع سياسي أكثر حوارية، وأقل رسمية. والبعض الآخر أكثر تشككا، على أي حال، هناك آليات جديدة للتنشئة السياسية علينا التحقق منها.

ثلاثة تقديرات لازدياد التعقد تصر على إن دور وسائل الإعلام في المجتمع والثقافة السياسية هو التغيير الجذري: تقدير هنري جينكينز **Henry Jenkins** لـ “ثقافة التقارب”، وكتاب الباحث القانوني يوشاي بنكلر **Yochai Benkler** ثروة الشبكات، وكتاب مانويل كاستل الأخير سلطة الاتصال، المبني على مؤلفه السابق المكون من ثلاثة أجزاء عصر المعلومات.

يبدأ هنري جينكينز **Henry Jenkins** من النقطة المرجعية الرئيسية لصناعات وسائل إعلام اليوم (وبالطبع يساعدنا على التوضيح)، أي “التقارب”: “تدفق الإعلام عبر منصات متعددة، والتعاون بين صناعات وسائل متعددة، وسلوك أغلبية جماهير الإعلام الذين يذهبون تقريباً إلى أي مكان في البحث عن كل أشكال خبرات الترفيه التي يريدونها. جينكينز مهتم ليس بالتغيير الأساسي في أنظمة الإرسال الإعلامي، ولكن بالتغيرات في “البورتكولات المرتبطة” بالاستخدام. وتقدير جينكينز مبني بشكل مفيد على أساس ثقافات استخدام الإعلام وما هو أسميناه في الفصل الثاني “الممارسة المتصلة بوسائل الإعلام”. تغير تبادلية واجهات الإعلام- القدرة المسلم بها الآن على إرسال صورة، أوفديو، أو رابط ويب، أو أغنية، أو نص إلى أي شخص آخر- الكثافة التي معها يمكن تداول المحتوى الإعلامي وبالتالي تكثف التفاعل الاجتماعي للتشعب الإعلامي. التعاون الاجتماعي لأشكال وسائل الإعلام الجديدة الغنية سهل في عصر الإعلام الرقمي، كما يوضح جينكينز أيضاً، أصبحت صناعات الإعلام – الأكثر اهتماما بجذب ولاء جماهيرها واهتمامها أكثر من أي وقت

مضى- حريصة على تحفيز تلك العملية: انخراط جمهور الإنترنت ليس قابلاً للتبع بسهولة، كما أصبح مصدر صناعة لا غنى عنه. وبالتالي "ثقافة التقارب" موجودة: بعض المشجعين المنخرطين بقوة في عمل معنى وثيق الصلة بواجهات تسويق وإنتاج صناعات الإعلام. يعطي كتاب أمثلة حية كثيرة لمثل هذه الثقافة: مثلاً "المشجعون" على الانترنت لبرنامج اللعب التوثيقي الناجي **Survivor**.

قصة جينكيز مهمة جداً لصناعات الإعلام؛ كما تناسب أيضاً علاقات التسويق المستهدفة الأكثر انفعالية، والأكثر شخصية، وأصبحت تقريباً الأورثوذكسية الجديدة، على الأقل خلال الإعلام والدراسات الثقافية، ولكن ما الذي تضيفه لفهمنا الأوسع للمجتمع والسياسة؟ يقدم جينكينز استعارة لكيف ينبغي علينا فهم ثقافة التقارب: "الآن نافذتنا الأفضل لثقافة التقارب تأتي من خلال النظر إلى تجربة المستوطنين والسكان الأوائل". بالتأكيد، يمنح المتبنون الأوائل نافذة لأنواع من الممارسات التي يريدها جينكينز كمقدمة، ولكن لماذا افترض إن هذا أيضاً أفضل نافذة على ثقافة تقارب أوسع؛ أو أن هناك مثل هذا الشيء باعتباره ثقافة تقارب عامة؟ لا يمكن أن يكون السبب يرجع إلى إن هؤلاء "المتبنون الأوائل" نموذج ديموجرافي: كما يعترف جينكينز، "إنهم بشكل غير متناسب بيض، وذكور، ومن الطبقة الوسطى، وجامعيون"، ولا يمكن أن يكون بسبب إنهم، كمعجبون، نموذج لانخراط مع وسائل الإعلام أوسع. أوضحت الدراسات على المعجبين إن، بالنسبة لأي شيء إعلامي، هناك طيف من الانخراط والاستثمار العاطفي ولكل واحد منا وضع مختلف على طول هذا الطيف اعتماداً على الشيء الذي أخذناه كمثال. ولكن يصر جينكينز على إن سلوكيات المعجبين التي يصفها هي نموذج لشيء ما: من "ثقافة المعرفة الجديدة"، والتي يتزايد أهميتها باضطراد مثل انهيار الروابط الاجتماعية الأخرى، "أسلوب أكثر ديمقراطية" جديد من الانتاج المعرفي الذي يساهم في مزيد من "شكل تشاركي من السلطة"، و أسلوب جديد من "الذكاء الإبداعي".

ما هو الدليل على تلك المزاعم؟ ربما أجراً حجج جينكينز على لماذا قد تكون هذه الشرائح من "ثقافة التقارب" مهمة هو إنها تسلط الضوء على المهارات المتقاربة التي نتعلمها الآن كجمهور (التصويت، والتداول، والتعليق، وتشكيل مجموعات ضغط، وغيرها)، والمهارات التي سوف ننشرها، كما يقول جينكينز، "لأغراض أكثر جدية"، وتغيير الأساليب التي يعمل بها الدين، والتعليم، والقانون، والسياسة، والإعلان، وحتى الجيش. ولكن هذا إما بديهي - جميع الإمكانيات الجديدة من التعاون الاجتماعي على الإنترنت متاح تبنيها فيما يتعلق بالترفيه، والتنظيم السياسي، وأي مكان آخر- أو إنه ادعاء واسع جدا حول المجال السياسي: أو ما هي الدلائل لدعم ذلك الادعاء الكبير؟ معظم ما يحلله جينكينز باعتباره ثقافة تقارب يمكن وصفه باعتباره سياسة استهلاكية. بلا شك كانت السياسة الاستهلاكية شكلا مهما من العمل السياسي سواء اليوم أو خلال التاريخ الحديث. لكن هذا لا يقول شيئا حول أهمية السياسة الاستهلاكية بالنسبة لأشكال السياسة الأخرى، على سبيل المثال النضالات على الحقوق العمالية، أو التمثيل السياسي، أو توزيع الموارد الاجتماعية والاقتصادية. أهمية المعجبين تتعارض مع تلك الأنواع من السياسة يجب تبريرها بشكل منفصل، ومثال جينكينز لأسلوب نضال التشويش الثقافي حول حملة هوارد دين القصيرة من أجل الترشيح الرئاسي الديمقراطي في 2004 لا يستهان به. بالإضافة إلى إن مفهوم جينكينز لـ "ثقافة التقارب" مصاغ على الممارسة الأمريكية حصرياً، وعلى شريحة محددة جداً من الحياة الأمريكية في ذلك. يسأل أنيكو أرمز **Aniko Imres** هل هناك ثقافة تقارب في بلدان مثل أوروبا الشرقية حيث ممارسات الانتشار مستوردة على نطاق واسع؟، وحيث الأشكال الثقافية الأمريكية تعامل بشك عموماً؟ تحتاج استعارة من "ثقافة تقارب" واحدة لتعريف العصر الرقمي إلى التعامل معها بحذر على الأقل. التدخل المهم ليوشاي بنكلر في تنظيم الإنترنت والسياسة قائم على حجة مزيد من السلطة العامة: في العصر الرقمي تغيرت اقتصاديات الانتاج الثقافي في كل مكان جذرياً. في كتاب ثروة الشبكات يكتب بنكلر أن :

تكلفة رأس المال العالية التي كانت شرطاً أساسياً لجمع، وتشغيل، وتوصيل المعلومات، والمعرفة، والثقافة أصبحت الآن موزعة على نطاق واسع في المجتمع. لم يعد حاجز الدخول الذي تشكله التكلفة يقدم نقطة تكثيف للمنظمات الكبيرة التي هيمنت من قبل على بيئة المعلومات. بدلا من ذلك ظهرت نماذج من المعلومات والانتاج الثقافي لا مركزية جذرياً ليس استناداً إلى أنماط ناشئة من التعاون والمشاركة فحسب، وإنما أيضاً من وجود تنسيق بسيط بدأ يأخذ دوراً أكبر من أي وقت مضى في كيفية انتاجنا للمعنى.

كما يوضح بنكلر، انعكاس التركيزات الاقتصادية للانتاج الإعلامي الصناعي هو جزئي فحسب؛ أشكال من "التبادل" غير المرتبطة بالسوق، و سوف تتواجد بنية المعلومات البديلة التي تمكّنها، في أحسن الأحوال، إلى جانب هياكل الإعلام المعتمدة على السوق. لكن ذلك لا يبهت رؤية بنكلر لنموذج السرد الاجتماعي الجديد تماماً: بالطبع هو ناقش إن "لدينا فرصة لتغيير الطريقة التي نصنع وتبادل بها المعلومات، والمعرفة، والثقافة. هل هذا ما يناقشه أندرو شادويك **Andrew Chadwick**، بداية التغيير في فرص الناس في المساهمة في عمليات سياسية أوسع؟ من المحتمل، لكننا نحتاج أيضاً للاعتراف ببعض الحدود لتحليل بنكلر.

أولاً، في تحدي الاقتصاديات التقليدية لانتاج المعلومات، يضع بنكلر افتراضات أساسية من تلقاء نفسه. افتراض واضح هو انخفاض [تكلفة] الطرق الميكانيكية لاستشعار بيئتنا، ومعالجتها، وتوصيل بضائع معلوماتية جديدة كثيراً في شبكات الكمبيوتر". هذه ليست نهاية القصة بالنسبة لبنكلر طالما لا يزال شكل رئيسي آخر من رأس المال، و"القدرة التواصلية الإنسانية" نادراً إذا نظرنا فقط على مواقع محددة، على الرغم من تغلب القدرة التوزيعية للإنترنت على هذه الندرة حيث مهام الانتاج والتوزيع يمكن تجزأتها إلى وحدات من خلال ما أسماه بنكلر "تحبيب" العمل الثقافي. في نطاق آخر، مع ذلك تمثل التغييرات الجذرية الأخيرة في إنتاج الأخبار انسحاباً لرأس المال من غرف أخبار التلفزيون، ومكاتب صياغة الأخبار الصحفية. في الواقع، تتوقف أهمية التحليل الاقتصادي لبنكلر على أي "طرق ميكانيكية لاستشعار البيئة" نتحدث عنها. توحى إشارة بنكلر إلى "شبكات الكمبيوتر إن" ما يدور في عقله بشكل رئيسي هو

التوفير الاقتصادي في البنية الأساسية لبيئة المعلومات، وأمثلته المفصلة تكشف ذلك بوضوح. ولكن هل تكاليف "استشعار" حزم المعلومات التي يريدها الناس ويحتاجها- مثلاً الأخبار العالمية أو الاقتصادية- تقع بنفس الطريقة؟ لا بالطبع. لهذا تعتمد أهمية تقدير بنكر على افتراض واضح حول تحول الطلب بعيداً عن أنواع عرض نماذج في النصف قرن الأخير مقابل أنواع أخرى من العرض والآثار الإيجابية المفترضة لهذا. هذا غير مثبت. التفكير في الأخبار السياسية: جانب الطلب في علاقة الإعلام الجديد بالحصول على المعلومات السياسية بنفس أهمية جانب العرض، وبحث أقل بكثير منها. لا نعرف بعد إذا كان الطلب يعيد توجيه نفسه لمصادر وسائل إعلام جديدة ممكنة بواسطة التغيرات في العرض، يذكر كلاي شيركي Clay Shirky إن التغيير السياسي أو الاجتماعي يتطلب أكثر بكثير من مجرد فرصة تكنولوجية: يجب أن يكون هناك الدافع لأنواع جديدة من الإنتاج الإعلامي وثقافة مرتبطة بالاحتياج. وإلا لن تخلق عادات تشارك البيانات المتطورة الآن على الإنترنت "قيمة عامة ومدنية" حقيقية.

ثانياً، لا يحلل تقدير بنكر بالتفصيل استخدامات الناس في المشهد الإعلامي الجديد. مثال مناقشته لبنية الإنترنت: هذا يعتمد حصرياً على الأدبيات حول الروابط بين المواقع. ولا يذكر شيئاً حول كيف تتصل أو لا تتصل تلك الروابط بالمستخدمين الذين يتابعونها. يقدم بنكر كحافز للإصلاح القانوني والسياسي رؤية لكيف يمكن أن تكون الأمور، وليس تقديراً لإمكانية ما قد تكون. ولكن فهم تضاريس الاستخدام المعتاد الفعلية حاسماً لتحليل كيف يؤثر التغيير التكنولوجي على الثقافة والسياسة اليومية. تتبع المشكلة الثالثة من الثانية. طالما إن بينكر لا يقدم أي تقدير لاستخدام وسائل الإعلام الفعلي، فلا بد أن يفشل أيضاً في معالجة تشكيلات أوسع من الممارسة والتنظيم الاجتماعي المبني من، و حول استخدام وسائل الإعلام. يقول بينكر إن السياق اليومي الدقيق لاستخدام الإنترنت الفردي لا يهم بقدر ما قد نعتقد في البداية. ويقدم حالتين مثيرتين للاهتمام من "المجال العام الشبكي". أولاً، يصف حملة على الإنترنت حيث تم حشد الغاضبين ضد القرار السياسي الصارخ لمحطة سينكلير Sinclair لبث

فيلم وثائقي ضد جون كيري بعنوان الشرف المسروق **Stolen Honor**، قبل شهر من انتخابات الرئاسة الأمريكية في عام 2004 من أجل الاتصال بالمعلنين المحليين في محطة (سنكلير) و إقناعهم بسحب إعلاناتهم، مما أدى إلى فقدان فوري للدخل، وضربة لسعر سهم محطة سينكلير، وفي نهاية المطاف ، إلى سحب سنكلير البرنامج. ثانياً ، يستشهد بالحملة في عام 2003/2002 (في أعقاب الانتخابات الرئاسية المثيرة للجدل بشدة في عام 2000) ضد أنظمة ديبولد **Diebold** الإلكترونية، وهي الشركة المصنعة لآلات التصويت الإلكترونية المستخدمة في الانتخابات الأمريكية، الحملة التي ضمت شبكات من الحملات، أغلبهم طلبة، نجحت في حماية ملفات تسربت أو أكتشف لبيانات مُجرمة ضد التهديدات القانونية لديبولد، مما أدى إلى سحب آلات ديبولد في ولاية كاليفورنيا. ويستخدم بينكلر هذه الحالات للقول إن “طوبولوجيا الشبكة سمحت بصعود سريع لموقف، وترشيحه، و توليفه، و صعوده إلى الذروة . ساعدت طوبولوجيا الشبكة على تسهيل جميع هذه المكونات من المجال العام ، بدلا من تقويضهم”.

يعني بنكلر بـ”توضع (طوبولوجيا **Topology**) الشبكة” الانتشار الواسع لمهارات التعامل مع الكمبيوتر، والظهور السريع لـ”مجموعات صغيرة تتشارك اهتمامات عامة ، وتعبئة الدعم من تلك القاعدة. يبني بنكلر حالة قوية هي إن البنية الأساسية للاحتجاج السياسي قد تغيرت: يخلق دعم البنية الأساسية من أجل “ممارسات الانتاج الاجتماعي” ما يكفي من السياق لفعل سياسي قصير الأمد، وخاصةً في أوقات الانتخابات عندما تكون شرعية العملية الديمقراطية برمتها على المحك. لاشك إن ذخيرة “مناهضة الديمقراطية” قد زادت في العقود الأخيرة، كما قال بيير روزانفالون **Pierre Rosanvallon** ، وبالتالي سياسة المعارضة والاعتراض: يمكن القول إن الجماهير المرتبطين عبر شبكة يعملون كما يسميهم ويليام دوتون **William Dutton** “سلطة خامسة” ويشكلون ضغطاً نحو أنواع جديدة من المسائلة السياسية. ولكن ماذا عن السياق الاجتماعي الذي يمكن أن تظهر وتُحفظ من خلاله مشاريع جديدة من العمل السياسي (تعزيز، وتأيد، وتنفيذ سياسات)؟ نحتاج إلى معرفة الكثير

عن الأشكال الاجتماعية والسياسية التي تجعل مثل هذه الأفعال السياسية الإيجابية ممكنة وذات مغزى .

وهذا يأخذنا لعمل مانويل كاستلز في الاتصال والنظرية الاجتماعية . أطروحة كاستلز في سلطة الاتصال تضع ببساطة إن في العقود الأخيرة تنظيمات المجتمع والسياسة تغيرت بشكل جذري، ومن اتجاهين: أولاً، ظهور الشبكات التي تحدد توزيع الموارد وتوفر النسيج الذي يربط الناس عبر حدود الدولة القومية القديمة؛ ثانياً تكوين المعنى خلال تلك الشبكات لأن السلطة بحاجة دائماً إلى أن تكون شرعة و مترجمة ثقافياً. العامل الأول مهم بلا شك، ولكن ما علاقته بالثاني؟ يتجنب كتاب كاستلز التفاؤل أو التشاؤم البسيط بحق. تضعف قوة الشبكات الدول، وتمنح تأثير سريع لهؤلاء الذين يتحكمون في عُقد الشبكة الرائدة، وخاصةً لهؤلاء الذين لديهم سلطة على تحويل السياق والموارد من نقطة إلى أخرى ، مثل روبرت مردوخ **Rupert Murdoch**؛ ولكن أين تشكل المقاومة السياسية في حد ذاتها الشبكات الكبيرة، التي تستطيع التعبئة بسرعة، ومقاطعة السياسات اليومية، وحتى إسقاط الحكومات. في النطاق الثقافي، لأن الثقافة دائماً مفتوحة لتفسير وإعادة تفسير متعدد، فإن السلطة ليست مطلقة أبداً، لكن يمكن أن تؤثر السلطة على الشبكات تأثيراً هائلاً على الرسائل المتداولة بين العامة، وكيف تؤثر القضايا، مؤدية إلى تصورات خاطئة غريبة مثل الانتشار الواسع لاعتقاد في الولايات المتحدة خلال أوائل الألفينات إن لصدام حسين دوراً في هجمات 11 سبتمبر. يوفر وصف مجتمع الشبكة لكاستلز تقديراً مفيداً جداً لكيفية عرقلة التدفق المكاني (للمعاني في الشبكات الإعلامية، وللموارد في الشبكات المالية وغيرها) السياسات الوطنية بـ”انفصال نظامي بين السلطة الاتصالية والسلطة التمثيلية”، وتحليله لكيفية تقارب شبكات الإعلام والمال على المستوى العالمي مضيئ بشكل خاص.

لم يزعم كاستلز أنه سيقدم نظرية شاملة للسلطة، مركزاً بوضوح على السلطة السياسية وإنفاق قليلا من الوقت على وضع معايير للتمييز بين أنواع السلطة.

بدلاً من ذلك، يقدم شيئاً أكثر جذرية: نظرية من الرتبة الثانية للقوى التي تحافظ على المجتمعات كفضاءات للسلطة من خلال نظام عالمي أوسع. البناء على تفكيك بيك Beck للمجتمعات الوطنية كحاويات للسلطة، يبحث كاستلز عن "تعريف الشبكات الاجتماعية المكانية للسلطة (محلياً، ووطنياً، وعالمياً) التي ... تكون المجتمعات من الخارج. يعتمد كاستلز على مفهومه المعروف "لمجتمع الشبكة" - بناء اجتماعي مكون حول (ولكن لا تتحدد) شبكات الاتصال الرقمية "عبر الحدود الوطنية- ليزعم إن "الشبكات العالمية" تكون جميع المجتمعات". يتجاهل كاستلز مفهوم إن المجتمعات "قائمة على قيم مشتركة" وليس "سلطة علائقية"، معتبراً "السلطة العلائقية" أساس لكل من "القدرة الجبرية، والموارد الاتصالية" والتي بها يقدم عامل ثقافي للبنية الاجتماعية: هذا التحليل يتوافق كلياً مع حجة الفصلين الثالث، والرابع، وأياً ما بعدها ينبغي قراءته كاعتراض على مفهوم الشبكات على هذا النحو.

بالرغم من هذا التوازن الرائع فإن تقدير كاستلز يولد شكوكاً كبرى. أولاً، كيف بالضبط تترجم السلطة على وخلال الشبكات إلى أشكال أخرى من السلطة أبعد من تدفق الشبكات، والعكس بالعكس؟ يصر كاستلز على أن "أياً من كان يتولى السلطة فهو يقرر ماهو القيم"، وتولد القيمة في الشبكات، كما يصر أيضاً على قدرة الأفراد على تفسير، واستخدام، و"إعادة برمجة" المعاني المتداولة في الشبكات. بينما يذكر تقديره لكيف تؤثر الأخبار على الناس دور السياق اليومي، موضحاً إن الناس ينتبهون فقط إلى "الأخبار حول ...الموضوعات المتصلة بحياتهم، وخبرتهم بوضوح"، ويترك تقدير كاستلز الوزن السببي النسبي للسياق مقابل الشبكات في تفسير العمليات الاجتماعية والسياسية دون حل: من الواضح، لا يمكن اختزال سياق الأفعال اليومية إلى عمليات تشغيل الشبكات، أو وضع الناس خلال الشبكات. ثانياً، بينما تنشر شبكات الاتصال العالمية القيم التي لا يمكن إرسالها خلال العمليات السياسية الوطنية (خذ في الاعتبار الثورة الإيرانية الفاشلة في عام 2009)، ما هي السياقات، والموارد اللازمة للحفاظ على القوة السياسية في الوقت المناسب؟ ولماذا لم تستمر "جماعات

الممارسة " قصيرة الأمد التي جرى تعبئتها بحملة أوباما الرئاسية في عام 2008 إلى معارك رئاسة أوباما خلال العامين الأولين؟

ثالثاً، والأكثر أساسية، كيف "تكون" المجتمعات بالضبط بواسطة شبكات الاتصال؟ لا يمكن اختزال السلطة الاقتصادية، والعسكرية، والقضائية ببساطة في عمليات الشبكة، حتى إذا اشترطوا شبكات كوسيلة لهم: على سبيل المثال، إذا ظل احتكار الدولة للعنف "حاسماً"، كما يذكر كاستلز يجب أن تكون الدولة أكثر من مجرد "شبكة افتراضية للأداء السليم لكل شبكات السلطة [اللاتصالية]. وبالتالي سيكون هناك قضايا اتزان حاسمة: كيف نقيس نمو "الاتصال الذاتي الجماهيري" (الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، المدونات، وما شابهها) ضد قيود (الزمن، والموارد الأخرى، والعادة المجردة) التي قد تمنع العديدين من النشاط الدائم عبر الإنترنت أو توجههم بشكل ساحق نحو سياقات غير سياسية؟ تقول جودي دين إن مثل هذا الاتصال في الحياة اليومية مستقطب في إطارات مشتركة، ولكن حتى إذا وجدنا ذلك تعميماً متشائماً جداً، فإن التراتبية الأعمق (بما فيها الطبقة، والنوع الاجتماعي) التي تشكل القوة الاجتماعية يجب أخذها في الاعتبار. ماهي أسس اعتقاد إن هذه التراتبية لم تعد تشكل أحكام الناس حول إذا ما كانت أفعالهم مهمة؟ تتجنب أمثلة كاستلز عن السياسات الشبكية **Networked Politics** (حملة أوباما الرئاسية في 2008، نمو السياسات البيئية المستمرة لعقود طويلة) نضال السلطة اليومي في الاقتصاد (الحقوق في العمل وللعمل، وتحدي سلطة الشركات). هذا التجاهل للنضال العمالي خلال النقاشات حول مسائل السياسات الشبكية الجديدة عندما يلعب النضال العمالي دوراً حيوياً في توسيع نطاق الديمقراطية في دول مثل الصين، وعندما يكون في الولايات المتحدة الحاملين المفترضين للثقافة السياسية الجديدة (الشباب) هم الأقل إمكانية لأن يصبحوا أعضاء في مجموعات عمالية أو سياسية. نحتاج إلى مزيد من الرؤى لمعرفة كيف تكون أشكال السلطة غير السياسية (اقتصادية، وقانونية، واجتماعية) إطارات الأفراد الخاصة بفرصهم في العمل السياسي.

يظل مفهوم "المجتمع" الضمني في المفهوم الهجين لـ "المجتمع الشبكي" مجازياً. يحاول كاستلز استدعاء "اجتماعي" جديد: هل يمكن أن يكون ذلك التحول التكنولوجي والتنظيمي لمجتمع الشبكة هو الذي يوفر الأساس المادي والثقافي من أجل يوتوبيا فوضوية (أناركية) للإدارة الذاتية الشبكية لكي تصبح ممارسة اجتماعية؟

ولكن الضمنية غير واضحة: هل الشبكة الأفقية مكافئة للاجتماعية؟ إذا كان كذلك، ما الذي يؤهلها بالضبط كممارسة اجتماعية؟ كيف ترتبط بالأنواع الأخرى من السياق الاجتماعي الكثيف الذي مازلنا نواجهه؟ يقول كاستلز أيضاً إن "كيف يفكر الناس في المؤسسات التي يعيشون في كنفها... يعرفون لمن سلطة يمكن ممارستها، وكيف. ولكن عندما يعطي كاستلز أمثلة مفصلة لكيف وصلنا إلى إعادة تفسير السلطة (غو السياسة القائمة على الاحترار العالمي)، فإن تعليقه غريب: "كان علينا إعادة برمجة شبكات عقولنا من خلال إعادة برمجة شبكات اتصالنا بالبيئة". هنا الاجتماعي (بما فيه السياقات الاجتماعية التي يُفسر فيها المحتويات الإعلامية وتُطرح للاستخدام) يتم تجاوزها تماماً، كما انصهرت كلا من الشبكات الاجتماعية، وعمليات الإدراك الفردي في مصطلح وحيد: "البرمجة". كان كاستلز غير واعياً بالكاد بهذا التبخر الغريب للاجتماعية؛ بالطبع؛ أصر في كتابه المبكر على إن "الناس، واللغات، والأنشطة يفقدون معناهم الهيكلي" في مجتمع الشبكة. في بعض النواحي، يقلص كاستلز من التفسير السياسي للمواجهة بين "الشبكة"، و"الذات" له مبرر في عصر النضالات الفردية بكثافة من أجل المعنى، حيث المعلومات السياسية مستهدفة فردياً أيضاً في عصر تفتت الجمهور و تتبع المستهلك على الإنترنت. ولكنه ترك التي حافظت على العمل الفردي: الفردي لا يستطيع جمع ذلك مع نفسه - أو نفسها. وبالطبع، كما يذكر أندرو باري **Andrew Barry** مجاز الشبكة "قد تعطي معنى لـ...التشققات، والثغرات، والثقوب التي تحتويها [الشبكة] وتكونها". مجموعة كاملة من المفاهيم السوسيولوجية (القوة، السياق الاجتماعي، الطبقة، الهوية، القيمة) تبدو كأنها مفقودة، ومقطرة في استعارة معرفية رقيقة.

هذا التقصير من الاجتماعية هو أمر مشترك بين الثلاثة كُتاب الذين ناقشناهم للتو، وبين آخرين. ربما قد لا يكون مدهشاً أن نجد كريستاكى **Christakis** وفلور **Fowler** (أكاديميين في مجال الطب والذين كانوا كُتاب مشهورين في مجال الاتصالية أيضاً) يعملون باستخدام تفسير دقيق للحياة الاجتماعية يعتمد أكثر على البيولوجي بدلا من السوسيولوجي، ولكن الالف عندما كان أكثر النقاد احتفاءً بالرأسمالية مثل هاردت **Hardt** ونيجري **Negri** مستمرون في الاحتجاج على الاجتماعية الجديدة التي لم تتضح معالمها بعد، بينما يرفضون ظاهرياً فكرة أي "جسم اجتماعي غير محدد": ما نختبره [في مجتمع ما بعد الحداثة] هو نوع من اللحم الاجتماعي، لحم ليس جسداً، وإنما مادة حية، ومشتركة... لحم من تعدد الاتجاهات هو إمكانية حقيقية، قوة حياة غير مُشكَّلة، وبهذا المعنى، عنصر من الوجود الاجتماعي، هادفاً باستمرار إلى كمال الحياة. "ما نفتقده هنا، أكثر بكثير من كاستلز، هو إحساس بالموارد، وسياقات للعمل، وهياكل المجال التاريخية اللازمة من أجل تعبئة سياسية مستمرة: باختصار، "مؤسسات اجتماعية". إنها نفس تلك المؤسسات الاجتماعية التي ضمنت، على عكس جميع الآمال المتحولة المحيطة بتكنولوجيات الاتصال الماضية، إن حصيلتها في نهاية المطاف هو دعم الشبكات الموجودة: الدليل المبكر هو إن الهواتف الخلوية وشبكات الإنترنت موجهة إلى نفس الاتجاه بالفعل. وانعكاساً على هذا، تكهن كيث هامبتون **Keith Hampton**، وزملائه إن نتيجة شبكات اليوم المكثفة قد يكون تدفق معلومات الذي "مرة أخرى يشبه الهيكل القمعي لحياة القرية التقليدية. اندماج ضجيج الإنترنت بالتفسير الدقيق للعمليات الاجتماعية يولد ما يسميه إيفجني مورزوف **Evgeny Morozov** "شبكة الخداع". وهذا يمنع فهمنا لكيفية مساهمة الإنترنت في الهياكل المؤسسية اللازمة لتحقيق الديمقراطية. دون المزيد من الدعم الاجتماعي، يخاطر مصطلح "شبكة" بأن يصبح فارغاً. في هذه المرحلة، من المفيد الاعتماد على مُنظّر مختلف، الراحل تشارلز تيلي **Charles Tilly** الذي عرّف الديمقراطية بأنها "المدى الذي تتصرف الدولة فيه وفقاً

التي تستخدمها تلك الشبكات سبباً وراء رفع مكانتهما أمام باقي الشبكات الأخرى، إلا أنه من جانب آخر ظهر عيب آخر نتيجة لاستخدام أكثر من لغة برمجية، وهو ظهور الأخطاء البرمجية في شبكة الفيسبوك، حيث بلغت نسبتها 36 خطأ لغوي والجدير بالذكر أن شبكة الفيسبوك قد أنشأت لغة برمجية لنفسها تسمى FBML.

من العرض السابق يتضح عدم وجود اتفاق - حتى الآن - حول ماهية المعايير المقننة لتقييم وقياسات الشبكات الاجتماعية، على الرغم من وجود إلحاحاً متزايداً على ضرورة التقييم من قبل المنشغلين في المجالات المختلفة لتلك الشبكات التي تمثل قنوات تواصل فعالة بين شعوب العالم أجمع، فضلاً عن خلو الدراسات العلمية العربية من المناقشات المتعلقة بالتقييم وقياسات الشبكات الاجتماعية على الرغم من توافر كم كبير من الدراسات العلمية الأجنبية التي تمس التقييم وقياس مدى كفاءة شبكة بعينها عن غيرها من الشبكات. كما يتضح وجود تأثير واضح يعكس أنماط التفاعل الاجتماعي بين البشر عبر الشبكات الاجتماعية من خلال حجم المشتركين فيها، فهي تضم مئات الملايين من المستخدمين في تفاعلات اجتماعية عبر العالم، وتأكيداً لتلك النتائج فقد قدر تقرير كلية دبي للإدارة الحكومية حول الشبكات الاجتماعية وحجمها على الإنترنت أن عدد الشباب العرب المشتركين بشبكة الفيسبوك قد وصل إلى 27 مليون شاب عربي حتى عام 2010 ويعد هذا الارتفاع مؤشر على مكانة وسائل الإعلام المجتمعية في حياة الشباب. هذا وتعد شبكات الاجتماعية هي الأكثر انتشاراً على شبكة الإنترنت لما تمتلكه من خصائص تقنية تفاعلية متميزة، مما شجع متصفحها الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها في الوقت الذي تراجع فيه الإقبال على

ترتبط السلطة بالتقييم. إذا أخذنا نقطة انطلاقنا إصرار عالمي الاجتماع الفرنسيين ثيفنوت وبولتانسكي إن المجتمع لم يعد محدداً بالقيم المشتركة التي يفترض علماء الاجتماع السياسي إنا مرجعيتهم، ثم إن أي سياسة متحولة تستند إلى تغيير حقيقي لبعض أو كل أنظمة التقييم المسيطرة في التنظيم اليومي. ويتأطر البُعد الرئيسي الثالث الذي يشكل الشروط اللازمة للسياسة: تكوين "العالم" المتناول والمحول إلى سياسة. وسائل الإعلام مساهم حاسم في كل الأبعاد السياقية الخاصة بالسياسة. قوة تفسير كاستلز هي في إنه يقر بتلك الأبعاد، ولكن المشكلة هي أن نظرية مجتمع الشبكة تقول القليل جداً عن المجالات الاجتماعية الروتينية حيث تتأصل السلطة، والتقييم، والتأطير. كيف سيبدو تفسيرنا للسياسة، والمجتمع في العصر الرقمي إذا أخذنا بجدية أكبر دور وسائل الإعلام على هذا المستوى الاجتماعي الأساسي؟

لا يمكنني تقديم إجابة كاملة لمثل هذه التساؤلات في فصل واحد قصير، ولكن من خلال مراجعة أدبيات الإعلام الرقمي، والسياسة الأوسع، نستطيع تحديد بعض العوامل الاجتماعية الرئيسية لكي تدرج في تفسير أشمل لكيفية تغير وسائل الإعلام الرقمية السياسة. سوف تستند حجتي إلى تفسير الفصل الثاني لتعقد الممارسة المتصلة بوسائل الإعلام، وعلى تفسير الفصلين الثالث والرابع لدور وسائل الإعلام في تمثيل العالم الاجتماعي. سوف أبدأ بالنظر إلى من من السياسيين (ما نوع الناس أو الأشياء التي تعتبر الآن وكلاء سياسيين؟)، ومن هناك سأنتقل إلى ما السياسة (ما نوع الأشياء التي يمكن أن تكون سياسية في أنماط مختلفة: مداولة، أو عمل، أو قرار؟)، ولماذا من السياسة (ما السياقات، أو الأطر الأوسع التي تصنع أنواع معينة من الوكيل / العمل السياسي ممكناً أو غير ممكن؟). كما نحتاج أيضاً إلى البحث عن آثار جانبية منهجية معينة لتغيير "من، وماذا، وأين" السياسة، الآثار الجانبية التي قد تشكل مسارات التحول السياسي في العصر الذي ستكون فيه، كما يقول بروس بيمبر Bruce Bimber، الديمقراطية نفسها "تُمتلئ ثراء المعلومات، وكثافة الاتصالات باضطراد".

مصادر الفصل الخامس

- 1- Redmond, Fiona.(2010) .Social Networking Sites: Evaluating and Investigating their use in Academic Research. Dissertation. Dublin Institute of Technology. P40.
- 2- BARRIGAR, J.(2009). Social Network Site Privacy: A Comparative Analysis of Six Sites.Canada: The Office of the Privacy Commissioner of Canada. P8.
- 3- CASSIDY, J. (2006).Me media: How hanging out on the Internet became big business. The New Yorker. 82 (13), 50. Retrieved From:
http://www.newyorker.com/archive/2006/05/15/060515fa_fact_cassid.
- 4- Redmond, Fiona. Ibid.
- 5- <http://www.comScore.com> .
- 6- <http://www.statscrop.com/www/facebook.com> Access in :2/2105.
- 7- Redmond, Fiona. Ibid.
- 8- Xu Cheng Cameron Dale Jiangchuan Liu.(2008) Statistics and Social Network of YouTube Videos.- Quality of Service, 2008. IWQoS 2008. 16th International Workshop.p229-230 Retrieved From :
<http://www.cs.sfu.ca/~jcliu/Papers/YouTube-IWQoS2008.pdf>
- 9- <http://www.alexa.com/siteinfo/qq.com>
- 10- Ben-Ari, Elia.(2009). Twitter: What's All the Chirping About?.- Jstor.- Vol.59, No.7, .- California: Institute of Biological Sciences. P5 Retrieved From:
<http://www.jstor.org/stable/10.1525/bio.2009.59.7.19>
- 11- <http://www.linkedin.com/info>

- 12- Chaa, Meeyoung , Ahnc ,Yong-Yeol .(2011). Delayed information cascades in Flickr: Measurement, analysis, and modeling.- Korea: a Graduate School of Culture Technology,p7 Retreived from :
<http://www.sciencedirect.com.dlib.eul.edu.eg/science/article/pii/S1389128611003951>
- 13- <http://www.Hi5.com>
- 14- Zafarani , Reza. Cole ,William D. .- Sentiment Propagation in Social Networks: A Case Study in LiveJournal .- springerlink.- Vol6007/2010,p 415.
Retrieved From: :
<http://www.springerlink.com.dlib.eul.edu.eg/content/ug45k33x277r7632/fulltext.pdf>
- 15- <http://www.badoo.com>
- 16- <http://www.myspace.com>
- 17- <http://www.digg.com>
- 18- <http://www.orkut.com>
- 19- <http://www.tagged.com>
- 20- <http://www.maktoob.com>
- 21- <http://www.netlog.com>
- 22- <http://www.ning.com>

الفصل السادس

استثمار تقنيات الشبكات الاجتماعية في المعرفة البشرية

0/6 تمهيد :

بداية فقد ظهرت مجموعة من التقسيمات المتعلقة بالمعارف في التراث الإنساني؛ فمثلاً هناك من يصنفها من حيث طبيعتها العامة، فهي: "تجريبية أو نظرية (تجريدية)". وهناك من يقسمها على أساس الموضوع، فهي: "طبيعية أو إنسانية أو اجتماعية". وهناك من قسمها على أساس مراحل التطور التاريخي الذي مرت به معرفة الإنسان، فهي: "حسية ثم تأملية (روحية) ثم علمية تطبيقية. ولكن مع النمو المتزايد والمفرط للمعارف البشرية ومن ثم إجراء المزيد من الدراسات والبحوث في المجالات البحثية المختلفة كان لابد من إعادة النظر في هذه التصنيفات القديمة، لذلك فقد ذهب بعض الباحثين إلى تصنيف المعرفة البشرية على مختلف أنواعها وأقسامها في إطار ما يسمى بـ "الإيستيمولوجية العامة" أو "نظرية المعرفة العامة" "General Theory of Knowledge" إلى خمس فروع أساسية، هي: (المعرفة الأسطورية - المعرفة الفنية - المعرفة الدينية - المعرفة الفلسفية -

المعرفة العلمية) وهناك من ذهب إلى تقسيم المعرفة البشرية إلى اربعة قطاعات وهم : قطاع العلوم البحتة - العلوم التطبيقية - العلوم الانسانية - العلوم الاجتماعية. ويحاول هذا الفصل القاء الضوء على كيفية تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية على المجالات المختلفة في المعرفة البشرية (1).

1/6 الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في مجالات المعرفة البشرية :

أولاً : الشبكات الاجتماعية ومجال التعليم (2) :

وفرت مواقع الشبكات الاجتماعية لمستخدميها تبادل الأخبار والمعلومات فيما بينهم ومن ثم إتاحة الفرصة للأصدقاء للوصول إلى ملفاتهم الخاصة وأصبحت تلك المواقع لتؤثر فقط في نطاق المجتمع الافتراضي بل امتدت لتشمل حياة المستخدمين منها : اجتماعيًا، سياسيًا، ثقافيًا، دينيًا. وبدأ البعض في إنشاء صفحات تعليمية تفاعلية داخل تلك الشبكات. وهنا يتجلى أهمية التفاعل مع الآخرين من خلال الأنشطة المختلفة المتضمنة داخل تلك الصفحات التعليمية إذ تساعد على اكتساب الخبرات، وتنمية المسؤولية من خلال هذه الأنشطة والتفاعل بين الأفراد، ويمكن تلك الصفحات التعليمية المتضمنة داخل تلك الشبكات مستخدميها من التجمع في كيانات اجتماعية افتراضية مترابطة تشابه الكيانات الواقعية فيما يسمى بمجموعات العمل، وبالتالي أصبحت شبكة التواصل الاجتماعي من الوسائل المهمة والمؤثرة على مستوى العامة وخاصة في المجال التربوي، حيث تؤثر بشكل ملحوظ في توعية الأفراد، وإكسابهم معلومات ومهارات واتجاهات، وتعتبر أداة مهمة من أدوات التغيير والتطوير، وقد اعتمدت معظم المؤسسات التعليمية على شبكات التواصل الاجتماعي في نشر أخبارها والتواصل مع الطلاب والمعلمين وتبادل

الآراء والإجابة على الاستفسارات كقناة اتصال مستمرة بين المؤسسة التعليمية وجميع العناصر التعليمية.

إن سمات هذا العصر تفرض على المعلمين أن يمتلكوا القدرة على التعلم الذاتي والمستمر والتنمية المهنية وإثقال خبراتهم التكنولوجية، وهذا لا يتأتى إلا إذا كان المعلم مدفوعاً بدافعية داخلية تفرضها البيئة التعليمية التكنولوجية بحيث تحثه على التعلم والاستمرار به.

هذا ولقد أقتحمت شبكات التواصل الاجتماعي حياتنا اليومية لدرجة أن المشتغلين بالعملية التعليمية والتدريس قد أدمجوا استخدامها في استراتيجياتهم التدريسية للتواصل الداخلي والخارجي، وبالنسبة للتلاميذ فإنهم سبقوا مؤسساتهم إلى فضاءات المشاركة الرقمية ليس هذا فحسب وإنما تجدهم يتقنون التعامل معها أكثر من الكبار، على الأقل في جانبها التقني البحت.

ومع الانتشار المتزايد في استخدام الهواتف الذكية، تغلغت الشبكات الاجتماعية في حياتنا اليومية حتى أصبح من المستحيل على كثير منا الاستغناء عن تلك التقنيات في مناحي حياتنا أو أن يلبث أكثر من عشر دقائق دون إلقاء نظرة على هاتفه الذكي، لكي يرسل " تعليقاً " أو يبدى إعجاباً أو أن " يوسم Tagging شخصاً " أو يلقي نظرة على حائط Wall إحداهم عبر شبكة الفيس بوك. فحين تفتح مدرسة حساباً على شبكة الفيس بوك أو تويتر فهي تدعو بهذا التصرف كافة أعضاء الأسرة التربوية إلى الالتحاق بهذه الشبكات الاجتماعية، وهذا في حد ذاته ليس خطأ، لكن هل قامت المدرسة بواجبها وفكرت في هذه الخطوة وقيمت المسؤوليات المترتبة عليها؟ وهل تم إعداد المعلمين وتأهيلهم وتدريبهم على كيفية الاستفادة والاستخدام في العملية التعليمية ؟

لقد كانت شبكات التواصل الاجتماعي سيدة الموقف في مؤتمر التعليم الإلكتروني والتعلم عن بعد الذي عقد بالرياض عام 2013م، فلقد أجمع عدد كبير من المتخصصين بالتعليم الإلكتروني على أن الشبكات الاجتماعية تمثل بيئة مناسبة للتعليم والتدريب بأسلوب مختلف عن التعليم التقليدي الذي تعودنا عليه، فهو تعليم وتدريب منفتح يعتمد التواصل والمشاركة في العملية التعليمية وكبديل عن المحاضرات التقليدية والتلقين.

ولاعجب في ذلك فقد أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي منتشرة بيننا بل وعلى الأجهزة المحمولة وأصبحت جزءاً من حياتنا اليومية وبالتالي فإن استخدامها كوسيلة للتعليم سيكون أمراً طبيعياً بالنسبة لنا لا يمثل عبئاً بل يخلط المتعة بالعلم ويكسر احتكار الغرف المغلقة للمعرفة والتدريب. وبالتالي لا يوجد أي عذر لأي معلم في أن ينمي مهاراته نمواً متميزاً من خلال استخدام تلك الأدوات البسيطة والفعالة، ولم يعد هناك أي مبرر للإصرار على الأسلوب التقليدي في التدريب والتعليم، فقد ثبت بالتجربة العملية فعالية تلك الوسائل في تقديم تدريب مختلف ودون تكاليف عالية ودون حاجة لانتظار الدولة حتى تبادر إلى تطبيق استراتيجياتها للتعليم الإلكتروني.

هذا ويمكن للمعلم أن يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية من

خلال الاساليب التالية :

1) إنشاء وتصميم مدونة إلكترونية صغيرة داخل الشبكات الاجتماعية تحمل المادة الدراسية التي يقوم بتدريسها بحيث تحتوي على شرح مفصل للمادة العلمية بجانب مجموعة من التمارين المرافقة لها في شكل ملفات نصية في صيغة ملفات (Word – PDF) فضلاً عن تدعيم المادة العلمية بروابط لمواقع ومقالات ذات صلة تعمل على توسيع آفاق الطلاب وتخرجهم عن

قيد الكتاب الدراسي التقليدي دون أى إخلال بالمادة العلمية وتشجيعهم على عدم الاعتماد على مصدر تعليمي واحد مما يعزز من روح الإبداع والابتكار.

(2) تعزيز المعلم لمادته العلمية بملفات الفيديو من شبكة الإنترنت : تعد الملفات السمعية والمرئية من مصادر المعلومات التي تساهم في استيعاب الطالب للمادة العلمية بشكل أفضل، وهذا لا يتطلب من المعلم أن يقوم بنفسه بتسجيل تلك المواد أو إعدادها، فشبكة الإنترنت مليئة بألاف مقاطع الفيديو التعليمية على موقع اليوتيوب ولا يحتاج المعلم إلا أن يبحث عن المقاطع المناسبة ويضيفها للمدونة ويطلب من طلبة مشاهدتها في المنزل ثم يناقشها معهم في الصف أو يقوم بعرض المقطع في الصف الدراسي ويناقشها معهم بشكل مباشر، فهذا بلا شك سيوفر تعليمًا متميزًا للطلاب أيًا كان مستوى مدرسته أو معلمه.

(3) البحث عن مواد تعليمية مناسبة للموضوعات الدراسية وعرضها بطريقة جذابة على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي : لأن المعلم لم يعد مصممًا ولا مهندسًا معلوماتيًا، ولا حتى معد لأنشطة تربوية التي تستغرق وقتًا طويلاً، وهو مثل الجميع، له حياة شخصية يجب عليه الاهتمام بها. وبالمقابل فإن الاستخدام المناسب للمحتويات الرقمية المعدة سلفاً، سيمكن المدرس من إتاحة الوقت الكافي للشرح ولإنجاز المشاريع مع التلاميذ وللتجارب التطبيقية. وهكذا يصبح الوقت المخصص للواجبات مقتصرًا على التمارين المنهجية (ذات التصحيح الإلكتروني) وتمرين ترسيخ المعلومات والبحث أو الانتاج الفردي، لذا يجب التركيز على تدريب المعلمين على استخدام مواد جاهزة أعدت بتقنيات عالية بواسطة

متخصصين، وعلى تطبيق استراتيجيات تربوية ملائمة من أجل إيصال رسالتهم النبيلة.

4) استخدام المجموعات المغلقة Closed Groups التي يوفرها موقع فيسبوك : كأحد أهم

الوسائل الناجحة في تعزيز التعليم حيث يمكن للمعلم أن ينشئ مجموعة علمية على الفيسبوك منحصرة فقط على طلاب الفصل أو المادة التي يُدرسها ويدعو طلابه للانضمام إليها فيتيح لهم من خلالها النقاش والحوار حول مواضيع لها علاقة بالمادة الدراسية يقوم هو أو الطلاب بطرحها، مما يشجعهم على التفاعل والمبادرة والاستكشاف والاعتماد على النفس دون أن يضيف إليهم عبء تعلم برامج إلكترونية معينة أو جهد خاص للحصول على المعرفة.

5) مساعدة الطلاب على إضافة التعليقات وإبداء الإعجاب مما يعزز الحوار والتبادل المعرفي بين جميع الطلاب.

6) تصميم الفاعليات والمناسبات Events.

7) استخدام التطبيقات APS المتاحة على الشبكات الاجتماعية من خلال تصميم الألعاب الرقمية التي يمكن أن تخدم العملية التعليمية بحيث تتوافر في تلك الألعاب عناصر أساسية تتمثل في (الهدف - القواعد - المنافسة - التحدي - الخيال - الترفيه).

هذا وقد سجلت رابطة هيئات المدارس القومية بالولايات المتحدة الأمريكية في تقرير لها أن 60 % من تلاميذ المدارس الأمريكية الذين يستخدمون المواقع الاجتماعية يتحدثون في مواضيع تعليمية، كما أن أكثر من 50 % منهم يتخاطبون بالتحديد في مواضيع خاصة بالواجبات الدراسية، لذا

كان على العديد من المؤسسات التعليمية التواجد عبر هذه المواقع للاستفادة منها⁽³⁾.

وفي دراسة Yalsa (جمعية خدمات المكتبات للشباب)⁽⁴⁾ والمنشورة عام (2006) بعنوان:

استخدام المراهقين للشبكات الاجتماعية داخل المكتبات العامة والمدرسية : دليل خاص لأمناء المكتبات والعاملين بالمكتبة هدفت إلى وضع دليل خاص لأمناء المكتبات والعاملين بالمكتبات وطلبة المدارس بشيكاغو لاستخدامات مواقع الشبكات الاجتماعية والخدمات التي تقدمها على ضوء ما هو مستخدم بالفعل، وأيضاً التعرف على التواجد والمشاركة للفئات سائلة الذكر داخل مواقع الشبكات الاجتماعية وكون تلك المواقع عامل مساعد لتعليم الطلاب في المدارس والمكتبات وقد خلصت إلى مجموعة من النتائج أبرزها :

1- أن مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت لها القدرة على دعم العملية التعليمية وتحسين أنماط القراءة والكتابة بين طلاب المدارس من خلال (إنشاء حساب شخصي لكل طالب، تدوين التعليقات بالمدونات، إضافة وحذف محتوى جديد على الموسوعات مفتوحة المصدر على الإنترنت Wiki، البحث عن المحتويات داخل صفحات المواقع).

2- استخدام المدارس بشيكاغو المدونات لنشر المعلومات الإخبارية والعمل على تحديثها بصفة دورية.

3- إعتداد المدرسون على مواقع الشبكات الاجتماعية في التعليم داخل فصول الدراسة، حيث أصبح للغالبية العظمى من المدرسين صفحات خاصة بهم يتم من خلالها شرح المناهج الدراسية وإتاحتها للطلاب إعتماذاً على

الملفات السمعية والبصرية وتخصيص وقت لتلقى الأسئلة والإستفسارات وكتابة الملاحظات حول المادة العلمية المشروحة.

1- إنشاء المكتبات العامة بشيكاغو صفحات لها داخل مواقع الشبكات الاجتماعية وبالأخص موقع ماي سبيس تكون بمثابة أداة تواصل مع الأطفال والشباب داخل شيكاغو، وتسمح تلك الصفحات بالولوج إلى فهارس تلك المكتبات، وتوفير أدوات البحث المختلفة، كما تشتمل على معلومات للخدمات والبرامج التي توفرها المكتبة والتي يمكن أن يشترك فيها الأطفال والشباب.

ثانياً : الشبكات الاجتماعية وتنمية الوعي السياسي والاجتماعي ⁽⁵⁾ :

يلعب الإعلام الجديد أو ما يعرف بـ (شبكات التواصل الاجتماعي) دوراً بارزاً في تشكيل وبلورة الوعي السياسي للشباب من خلال تزويدهم بالمعلومات السياسية كما يساهم في تكوين وتدعيم أو تغيير ثقافتهم السياسية، واستعدادهم للعمل العام، إذ يشار إلى الوعي السياسي بوصفه حالة ذهنية تتمثل في إدراك الإنسان للعالم على نحو عقلي أو وجداني ويتجلى الوعي الإنساني في صور شتى تتباين بتباين المجال المدرك أو موضوع الوعي، حيث يعرف الإنسان أشكالاً متنوعة من الوعي، كالوعي الديني والوعي العلمي، والوعي السياسي، والوعي الأخلاقي. ومن هذا المنطلق يمكن القول أن السياسة هو الحالة التي يمثل فيها الفرد أو أفراد المجتمع قضايا الحياة السياسية بأبعادها المختلفة و يتخذون من هذه القضايا موقفاً معرفياً ووجدانياً في آن الوقت، فهناك من يعرف الوعي السياسي على أنه مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته يحلها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها ويدفعه إلى

التحرك من أجل تطويرها وتغييرها وعند الحديث عن التأثيرات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعية يتبادر إلى الذهن أول ما يتبادر الدور الذي لعبته تلك الشبكات في الثورات العربية والتي دار حولها ولايزال جدل كبير من قبل المتخصصين. فمنذ مطلع العام 2011م . نشرت الكثير من المقالات والدراسات وعقدت الكثير من المؤتمرات والفعاليات التي ناقشت شبكات التواصل الاجتماعي وقدرتها على التأثير في تحفيز المشاركة الشعبية وتأثيرها على نماذج الحكومة التشاركية والآليات المجتمعية الجديدة. وقد كان للنمو الكبير والسريع لشبكات التواصل الاجتماعي والتحويلات في أنماط واتجاهات استخدامها دوراً هاماً في حشد وتشكيل الرأي والتأثير المباشر على التعبير بين الشباب في المنطقة العربية.

والوعي الاجتماعي عند شالم الهمزاني هو محصلة تفاعل الأشخاص في إطار واقع اجتماعي معين وإنصهار مدركاتهم وتصوراتهم وأحاسيسهم الذاتية أو الموضوعية في صيغة حقائق معرفية وقناعات إيمانية وتصورات ومسلمات، وميول ومشاعر واتجاهات وأنماط سلوك جماعية تعكس معطيات ذلك الواقع الاجتماعي الكائن بما يشتمل عليه من أبعاد ومتغيرات مسبقة: بشرية، سكانية وبيئية وإقتصادية مهنية ومعيشية وحضارية وتاريخية وثقافية وتنظيمية الى غير ذلك من الأبعاد والمتغيرات الأخرى. وهو يكتسب ويتغير في إطار علاقته التأثيرية التبادلية بهذا الواقع إضافة إلى الدور الكبير الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي على الصعيدين السياسي والتجاري، فإن هذه الشبكات لها قدرات كبيرة في مجالات أخرى مختلفة على الصعيد الاجتماعي مثل التعليم، الرعاية الصحية، التسويق، عمليات التطوع الاجتماعي، محاربة الغلاء، والغش، كما استفادت منها ووظفتها المنظمات

الخيرية غير الربحية في أداء أعمالها للوصول إلى المانحين والمستفيدين في نفس الوقت والتعريف بأنشطتها وغير ذلك.

ثالثاً : التواجد الاعلاني لشركات السياحة على شبكات التواصل الاجتماعي⁽⁶⁾:

الاعلان الإلكتروني هو جزء من التسويق الإلكتروني ومن خلاله يمكن للشركة ان تتواصل مع العملاء وتعلن عن نفسها وعن خدماتها، بل وتشرك العميل في اعداد الخدمة التي تتناسب مع احتياجاته وامكانياته، وكذلك التعرف على اوجه القصور والضعف في الخدمة من خلال الاستماع لآراء العملاء ومحاولة استعادة الخدمة مره اخرى والوصول لرضا العملاء. وقد يعتقد البعض ان الاستماع لآراء العملاء قد يؤثر سلباً على غيرهم، انما في الواقع قد يعطى الفرصة للتوضيح وجذب العميل مرة اخرى مع محاولة استعادة الخدمة مما يؤثر ايجابياً في عملاء آخرين قد تأثروا بالفعل من تجربة العميل غير المرضيه. وبذلك يمكن جذب هذا العميل غير الراض وغيره ممن تأثروا سلباً عن طريق الكلمة المتداولة.

وهناك اعتبارات يجب على الشركة السياحية ان تراعيها عند استخدام الاعلان الإلكتروني تتمثل في تهيئة نظام معلومات كفاء يتيح تقديم المعلومة التي تتوفر فيها الصدق، الدقة، الشفافية، الكفاءة والفعالية مع التحديث المستمر لتلك المعلومات والمراجعة المعلوماتية المستمرة ومتابعة رد فعل العملاء وتعليقاتهم تجاه محتوى الاعلانات والخدمات التي تقدمها الشركة من خلال الموائمه مع المنشآت السياحية الاخرى مثل الفنادق والقرى السياحية وشركات الطيران وغيرها. والتواصل الإلكتروني مع غرفة شركات السياحة وهيئة

تنشيط السياحة، ومن أجل مواكبة التقنيات الحديثة واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي هناك بعض التحديات :

(1) **التحديات التقنية:** وتتمثل في النواحي التقنية الخاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والبرمجيات وأنظمة التشغيل، فهناك نقص واضح في الاعتمادية والأمان والمعايير والبروتوكولات التي تنظم عمل السياحة الإلكترونية عبر الإنترنت. مما يستدعي تطوير المنظومة الفكرية للشركات السياحية وذلك بما يتناسب وملاحقة التطور المتسارع في تكنولوجيا المعلومات حتى لا تعاني من التقادم المعلوماتي نتيجة هذا التطور، مما يعرضها لعدم ملائمة امكانياتها التكنولوجية وفعالية المواقع الإلكترونية .

(2) **التحديات الاجتماعية :** إن المجتمع بكل هيئاته ومؤسساته وأفراده مطالبين بتوفير مناخ ثقافي وبيئة قانونية مناسبة للسياحة الإلكترونية، ولا تزال شريحة كبيرة من الأفراد في الدول النامية تتصف بمحدودية الوعي بالسياحة الإلكترونية وتداعياتها وآثارها على الفرد والمجتمع، ويفتقرون إلى الحد الأدنى من المعرفة بهذا المفهوم الحديث للسياحة وكيفية الاستفادة منها.

(3) **التحديات القانونية:** واجهت أنشطة السياحة الإلكترونية في بدايتها العديد من المشكلات القانونية واستطاعت التشريعات الأمريكية الحديثة للتجارة الإلكترونية وتوجهات الاتحاد الأوروبي بتذليل بعضا منها. وتتجسد هذه العقبات القانونية حول أثر استخدام الوسائل الإلكترونية في تنفيذ الأنشطة التجارية والسياحية وأهمها : عدم الكشف عن هوية المتعاملين أو التأكد من صحة البيانات الشخصية الخاصة بهم . مع حماية حقوق الملكية

الفكرية من الاعتداء غير المشروع . وكذا حماية العميل من أنشطة الاحتيال المباشر على الشبكة ومن المواقع الوهمية أو غير الاخلاقية .بالاضافة الى حجية العقد الإلكتروني أو القوة القانونية الإلزامية لوسيلة التعاقد، وقبول التوقيع الإلكتروني. واخيرا إشكالية وسائل الدفع الإلكتروني، وتأمين الحماية القانونية والتقنية للمتعاملين من الاعتداء غير المشروع على بطاقات الائتمان والمعاملات المالية الإلكترونية.

- تحديات ترجع لنقص المتطلبات اللازمة من جانب الشركات السياحية حيث يتطلب الاعلان الكتروني كفاءات فنية عالية المهارة ومراجعة معلوماتية مستمرة ، وكذلك تخصيص وقت ومال من أجل ادارة تلك المواقع والمحافظة عليها ويمكن تلخيص بعض مزايا الاعلان الإلكتروني فيما يلي ،

أولاً المزايا لشركات السياحة : وتتمثل في الاتي :

- امكانية التسويق الناجح.
- تخفيض التكلفة
- التواصل المستمر مع العملاء .
- ضمان جودة الخدمات السياحية.

ثانياً المزايا للعميل وتتمثل في :

- خدمة مستمرة.
- سهولة إجراء المقارنات وحرية الاختيار.
- ح- انخفاض اسعار الخدمات.
- تحقيق رضا العملاء.

رابعاً : الشبكات الاجتماعية والتسويق⁽⁷⁾ :

عرف التسويق عبر المواقع أو الشبكات الاجتماعية بأنه استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات والويكي وأي أدوات مشاركة أخرى على الإنترنت بهدف التسويق أو البيع أو العلاقات العامة أو خدمة الزبائن، هذه الأدوات تتيح للزبائن إمكانية التفاعل مع الشركات التجارية بدلاً من أن يكونوا مجرد هدف لوسائل أحادية الاتجاه من تلك الشركات، كما أنها تتيح للمنظمات إمكانية فتح قنوات اتصال مع هؤلاء الزبائن والتواصل معهم بشكل تحاوري. كما يرى البعض أن التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي أحد المكونات الرئيسية للتسويق ، وهي "عبارة عن أداة لتحليل ومعرفة سلوك الزبائن وفرصة للتعرف على رغباتهم لتحليلها ومحاولة تلبيةها حسب رغباتهم، كون أن الزبون يعد الركيزة الأساسية وأساس العملية الإنتاجية في كل الإستراتيجيات التسويقية الناجحة، وذلك لتوسعها في المجال التجاري وذلك من خلال إقامة علاقات مع الزبائن وإتاحة الفرصة لهم لإبداء آراءهم وتعليقاتهم في التعديلات والتطورات التي تدخل عن المنتج".

التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي "هو استغلال الشركات للشبكات الاجتماعية لأغراض تسويقية من خلال تحديد وتحليل المحادثات والمشاركة والشروع في التفاعلات الاجتماعية داخل المجتمعات واستعمالها".

يعد الإعلان من أبرز أشكال المزيج التسويقي، وأحد الأنشطة الرئيسية في التسويق وذلك كونه وسيلة لترجمة الأفكار والمعلومات إلى أذهان الناس بهدف تحفيزهم وإقناعهم بفكرة ما أو تغيير رأيهم اتجاه مفهوم ما، وهذا النشاط قديم قدم التعاملات الإنسانية إلا أنه شهد تطورات وقفزات نوعية، ولعل من أبرز المفاهيم الرائجة في هذه الالونة الإعلان عبر شبكات التواصل

الاجتماعي. فالإعلان عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو مصطلح يستخدم لوصف أحد أشكال الدعاية عبر الإنترنت التي من دورها أن تركز على مواقع الشبكات الاجتماعية، و تكمن إحدى الفوائد الرئيسية للإعلان على شبكات التواصل الاجتماعي (مثل فيسبوك، تويتر، ماي سبايس ، بيبو وأوركيت ... إلخ) أن المعلنين أو صاحبي الإعلان يمكنهم الاستفادة من معلومات المستخدمين الديمغرافية واستهداف إعلاناتهم بشكل مناسب. لذا فإن غالبية الشركات العالمية والمحلية توجهوا إلى هذا النوع من التسويق والاستثمار فيه، للاستفادة من مزاياه الجمة، خاصة كون الزبائن لا يثقون كثيرا في صحة المعلومات التي تقدمها الشركات مثل ثقتهم ببعضهم، فالشبكات الاجتماعية تتيح لهم فرصة المشاركة في الحملات التسويقية مما يزيد من الثقة المتبادلة بين كافة الأطراف إضافة إلى ذلك يتيح الإعلان عبر الفيسبوك فتح باب الحوار أمام الكل ويجعل أصحاب الشركات يتابعون آراء الزبائن حول منتجاتهم، مما يعطيهم الفرصة للاستجابة والتغيير على عكس الوسائل الاعلانية التقليدية، أي يمكنهم من إدارة علاقتهم مع هؤلاء الزبائن ومحاولة التواصل الفعال والمستمر معهم لكسبهم

يمكن تلخيص أشكال الإعلانات التسويقية المطروحة على الشبكات الاجتماعية المختلفة في ثلاث أشكال هي على التوالي:

- الإعلان المباشر الذي يعتمد على شبكة الإنترنت الخاصة بأصدقائك : وهذا يمكن أن يكون الشكل الأكثر فعالية ولكن يؤدي أيضًا إلى حدوث الكثير من الجدل، ومن الأمثلة على ذلك مشروع منارة الفيسبوك، فبناءً على الإجراء الذي يتخذه صديقك، من الممكن أن ترى رسالة في تغذية الأخبار الخاصة بك بأن صديقك قد اشترى سي دي من عالم الموسيقى (ميو زيك وورلد)".

وبالتالي من الممكن أن تكون هذه طريقة فعالة للغاية لأن أغلبية الزبائن يتخذون قراراً بصد شراء شيء ما أو أشياء عدة ما دام الأمر يعتمد على تواجدهم مع مجموعة من الأصدقاء المقربين لهم، ومع ذلك هناك أيضاً الكثير من الجدل الذي يدور حول هذا الأمر لأنه من الممكن اعتبار ذلك استغلال للعلاقات الشخصية لديك مع أصدقائك وقد يثير أيضاً مخاوف حول الخصوصية.

- الإعلان المباشر الموجود على شبكات التواصل الاجتماعي: يعد هذا شكلاً آخر من الإعلان عبر شبكة الإنترنت ، الأمر تماماً كما لو كنت قد رأيت لافتة إعلانات على مواقع أخرى كثيرة، وهذا هو مفهوم مماثل إلا على مواقع التواصل الاجتماعي، كما يمكنك أيضاً أن ترى هذه الإعلانات على الجوانب اليمنى بالفيس بوك مثلاً، ويمكن هذا النوع من الاستفادة من البيانات الديموغرافية في ملفك الشخصي وبالتالي تستهدف الإعلان المباشر لك.

- الإعلان غير المباشر عن طريق إنشاء "مجموعات" أو "صفحات" : يعد هذا هو أسلوب التسويق المبتكر الذي يمكن للشركة من خلاله إنشاء "صفحة" أو "مجموعة" يمكن للمستخدمين اختيار الانضمام لها، ويمكنهم استخدام ذلك لتكوين ما يعرف باسم "مشتركين" أو "مشجعين" والاستفادة من ذلك في التسويق من أجل المنافسة والذي من دوره يعد منتجاً جديداً أو ببساطة لزيادة الوعي بالعلامة التجارية، ومما هو جدير بالذكر أنه يمكن أيضاً لهذه المجموعات أن تتزايد في أعداد المشتركين بها بشكل ملحوظ والتي من الممكن أن تصبح أداة تسويقية فعالة جداً..

خامساً : الشبكات الاجتماعية والاعلام الجديد⁽⁸⁾ :

" يمثل الإعلام الجديد مظهرا جديداً كلياً، ليس في اطار دلالات علوم الاتصال فقط، ولكن في مجمل ما يحيط بهذا النوع المستحدث من الإعلام من مفاهيم خاصة كونه ما زال في معظم جوانبه حالة جنينية لم تتبلور خصائصه الكاملة بعد. وبرغم التطور الذي شهدته تكنولوجيا الإعلام الجديد إلا أن أنها لم تلغي وسائل الاتصال القديمة ولكن طورتها بل غيرتها بشكل ضخم، وأدت إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل، حيث أصبحت وسائل الاتصال الجماهيرية تتسم بالطابع الدولي أو العالمي، "ويمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى الأقسام الأربعة التالية :

- 1- الإعلام الجديد القائم على شبكة الإنترنت وتطبيقاتها.
- 2- الإعلام الجديد القائم على أجهزة المحمول بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف
- 3- نوع من منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها مميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب
- 4- الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر ويتم تداول هذا النوع إما شبكياً أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الاسطوانات الضوئية وما إليها وتشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الإلكترونية وغيرها...إلخ.

هذا ويطلق على الطريقة الاتصالية الناتجة عن اندماج تقنيات الاتصال الحديثة كالحاسوب والهواتف الذكية والشبكات والوسائط المتعددة بالإعلام

الجديد، ومن وسائله: مواقع الشبكات الاجتماعية - المدونات - الويكي - البودكاست - المنتديات - مجتمعات المحتوى - التدوين المصغر

هذا وقد شكلت المعلومات دورًا بارزًا في حياة الأفراد والمجتمعات عبر التاريخ الإنساني فمن يملك المعلومات يملك السيطرة على العالم المترابط الذي نعيشه، وهنا برزت الحاجة إلى مصدر أو وسيلة أو قناة يمكن عن طريقها نقل المعلومات وتداولها من مُصدرها إلى المستفيدين منها ولقد اتخذت مصادر المعلومات أشكالًا وأنماطًا مختلفة، ولعل أكثر هذه الأشكال شهرة وانتشارًا وألفة بين مستخدمي الإنترنت " الشبكات الإجتماعية " تلك الظاهرة التي ألحت في الظهور حتى مصدرا جديدا للمعلومات على الشبكة العنكبوتية العالمية التي تمكن من خلالها كل فرد في العالم المندمج المترابط على الشبكة العنكبوتية العالمية (الويب:Web) من نشر وتداول المعلومات والأخبار والنفاذ إليها في كافة مجالات المعرفة البشرية والتعرف من خلالها على الرأي والرأي الآخر في البيئة العنكبوتية وُمكننا من خلالها إدراك الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية لمجتمع ما بل يمكن من خلالها دراسة الحياة الثقافية والفكرية لهذا المجتمع.

وبالرجوع لحدث السادس عشر من ابريل بجامعة فرجينيا حيث قام تشوسنج هيو الطالب في تخصص اللغة الإنجليزية بجامعة فيرجينيا للتكنولوجيا بفتح النار في مكانين داخل الحرم الجامعي الأمر الذي أدى لمقتل 32 من طلبة واعضاء هيئة تدريس بالجامعة قبل أن يقتل نفسه. ونظرًا لعدم السماح للمراسلين الصحفيين بالدخول لحرم الجامعة لتغطية الحدث فإن التغطية لهذا الحدث اعتمدت على الاتصالات الهاتفية

وأجزاء من الفيديو المأخوذة بكاميرات الهواتف المحمولة بواسطة بعض الطلبة.

وكان المصدر المبدئي الذي استخدمته وكالات الاخبار هو البحث في المجموعات الإجتماعية

على موقع www.Facebook.com .

كما صرح المركز الامريكي للمسح الجيولوجي للزلازل المنوط بالتحذير من مخاطر وقوع الزلازل انه يستخدم موقع تويتر للحصول على مزيد من المعلومات عند حدوث الزلازل، كما يقوم بتحليل الرسائل التي يتبادلها مشتركو الموقع لمعرفة قوة الاهتزازات الناجمة عن الزلازل في المناطق التي يسكنها المشتركون.

سادساً : الشبكات الاجتماعية ومجال المكتبات والمعلومات :

مكنت الشبكة العالمية والمعروفة اختصاراً بـ(الويب) شعوب العالم من النفاذ الحر إلى المعلومات، وصناعة المحتوى الرقمي، وبث المفاهيم والأفكار والقيم لنشرها بشكل أكثر كفاءة وسرعة من ذي قبل، وبالتالي فقد كان لذلك عظيم الأثر على الشبكات الاجتماعية في ربط الأفراد واندماجهم عبر قنوات اتصال واسعة النطاق بأقل تكلفة ممكنة، والمتتبع لنشأة الشبكات الاجتماعية يعرف أنها منذ الوهلة الأولى لظهورها كانت موجهة لخدمة مستخدمي الإنترنت للعثور على الأصدقاء القدامى وزملاء الدراسة، من خلال إنشاء روابط تفاعلية عبر مشاركة الحساب الشخصي وربطهم ببعضهم البعض، إلا أنه سرعان ما تغيرت فلسفة الاستخدام لتكتسب تلك الشبكات مكانة واسعة بين الشركات المنتجة لتكنولوجيا المعلومات والمنظمات المختلفة وفئات المجتمع بمختلف تخصصاته من إعلاميين وسياسيين... إلخ ؛ ولعل مجانيته وسهولة استخدامها سبباً رئيسياً وراء استقطاب أعداد ضخمة من

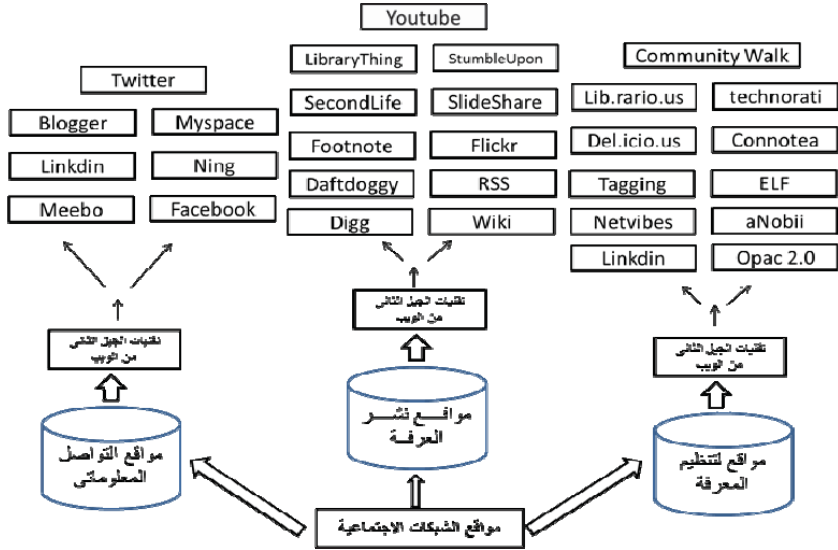
مستخدمي الإنترنت عبر الكرة الأرضية، هذا ومن منطلق أن الجامعات ومكتباتها ليست بمعزل عن المؤسسات التي تهتم باستخدام التكنولوجيا والتقنيات الحديثة، حيث دعا ذلك المهتمين بمجال المكتبات الجامعية بأنه قد حان الوقت لاغتنام الفرصة لاستخدام أدوات وتقنيات الشبكات الاجتماعية في بث المعلومات، وتسويق خدمات المكتبات ؛ لكي ترتقى بدورها الجديد في ظل ما يعرف بالجيل الثاني للمكتبات Lib 2.0.

(1) أهمية مواقع الشبكات الاجتماعية للمكتبات ومراكز المعلومات:

يعد دور المكتبة - في وقتنا الحالي- فعالاً ومؤثراً في ظل ما يشهده العالم من تنامي لدور التكنولوجيا بشكل يفوق كل التوقعات من كم المعلومات المتوفرة وسرعة تناقلها، الأمر الذي يتطلب من المكتبات ملاحقة التطورات الحديثة وتيسير سبل الإفادة منها، هذا وقد وفرت الشبكات الاجتماعية وما تقدمه من تقنيات السبل لمشاركة المعلومات مع المستخدمين والمهنيين في كافة التخصصات الأخرى والمختلفة، إذ يمكن للمكتبة الاستفادة من الشبكات الاجتماعية وما توفرها من تقنيات في الوصول إلى مستخدمي المكتبة أيًا كان أماكن تواجدهم، حيث تخطت مكتبات الجيل الثاني Lib 2.0 عامل الحيز المكاني، وإتاحة خدمات المكتبات ومصادر المعلومات بشكل مرئي وبطريقة مرنة باستخدام وسائل الشبكات الاجتماعية التي تتيح المحتوى المعلوماتي في شكل ملفات فيديو عبر شبكة اليوتيوب، وتنمية مجموعات المكتبة بشكل أكثر فاعلية وتصنيفها من خلال طرق التصنيف الحرة (الفلوكسوفي) والحوسبة السحابية، والمساهمة في بناء مستودعات رقمية تحتوي على مصادر معلومات للمستخدمين ذوي الاهتمام المشترك عن طريق التواصل معهم ومعرفة متطلباتهم البحثية، ومعرفة آراء المستخدمين عن المكتبة

وخدماتها لأغراض التقييم الذاتي، وذلك من خلال حلقات النقاش الافتراضية وإنشاء جماعات للحوار البناء التي يمكن استثمارها في تلبية احتياجات المستخدمين وتقديمها بشكل فعال، وإتاحة خدمة البحث في مجموعات المكتبة من خلال التطبيقات المتوفرة والتي تقدمها شبكات، مثل: الفيسبوك، فضلاً عن إدارة مجموعات المكتبة، نشر فاعليات المكتبة من ندوات ومؤتمرات وورش عمل وأنشطة، وإتاحتها عبر خاصية الخدمات الإخبارية باستخدام تقنية الملخص الوافي للموقع الإلكتروني RSS، وتعزيز دور التواصل بين المستخدمين وأخصائيي المكتبات، ومن ثم تفعيل التعليم عن بعد، وسهولة التواصل مع أخصائيي المكتبات الأخرى، ومن ثم تبادل الخبرات المهنية فيما بينهم ومعرفة كل ما هو جديد ويطرأ في التخصص؛ مما يرسخ نظرية التأهيل الذاتي لدى أخصائيي المكتبات، وتعزيز الشعور بالانتماء للمجتمع من خلال تقديم الخدمات للمستخدمين وكذلك للمؤسسات التعليمية الجامعية، حيث يعكس ذلك الدور الاجتماعي للمكتبة⁽⁹⁾.

ومما سبق يتضح الدور الذي يلعبه الويب 2 وما يقدمه من تطبيقات والمتمثلة في وجود الشبكات الاجتماعية بمختلف أنواعها، حيث وفرت تلك الشبكات التواصل المعلوماتي ونشر المعرفة بين المستخدمين وتنظيم مصادر المعلومات بما يتناسب مع متطلباتهم، كما يوضحه الشكل التالي :



شكل (1) دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تقديم خدماتها لمستخدمي المكتبات

(المصدر: Complicated. P4-5., Nick (2012). Social Media in Libraries: It's like, Canty:)

أ) الشبكات الاجتماعية لأغراض التواصل المعلوماتي

: Information Communication

اتاحت الشبكات الاجتماعية لأمناء المكتبات أن يكونوا على إتصال دائم وفعال مع كل أقرانهم من الزملاء والمستخدمين من المكتبة في بيئة افتراضية تتسم بالتفاعل والتشارك ومن أمثلة تلك الشبكات :-

1- شبكة Myspace :

وهي من أفضل الشبكات الاجتماعية التي تسمح لأمناء المكتبات الوصول إلى الطلاب، وقد استفادت المكتبات ومراكز المعلومات من

خصائص المدونات والتقويم المتضمنة بالموقع لتحسين صورة المكتبة وتعزيز خدماتها لتلبية احتياجاتهم، كما تسمح تلك الشبكة لامناء المكتبات من إنشاء أدوات للبحث داخل فهرس المكتبة، كما تمكنهم من تضمين أدوات البحث التسويقي.

2- شبكة Facebook :

وهي شبكة اجتماعية يرتادها الكثير من الطلاب وتعتبر شبكة الفيس بوك من الشبكات الصديقة لأمين المكتبة حيث تشتمل على العديد من الجماعات والصفحات التي تهتم بمجال المكتبات ومراكز المعلومات، كما تشتمل على عدة تطبيقات يمكن استخدامها لتطوير وتحسين خدمات المكتبة ومن تلك الأمثلة التطبيق الخاص بالبحث داخل قاعدة بيانات Jstor، وتطبيق OPAC الذي يسمح بالبحث في الفهرس العالمي الموحد.

3- شبكة Ning :

تستخدم تلك الشبكة لتواصل التلاميذ مع مؤسسات المكتبات وامناءها والتفاعل بينهم كما تسمح تلك الشبكة بإنشاء شبكة شخصية مصغرة تشارك بها المعلومات والمعرفة بين المؤسسات وبعضها.

4- شبكة Blog :

وهو موقع يسمح بإنشاء مدونات يتم بث المعلومات من خلالها إلى العديد من الأشخاص في آن واحد. كما تسمح للطلاب بمعرفة ما ورد حديثاً داخل المكتبة أو التحدث مع موظفي المكتبة، ويمكن أن تعطى المدونات استفادة عظيمة بمجرد اقترانها بتقنية RSS.

5- شبكة Meebo :

وهى شبكة اجتماعية تقدم خدمات المحادثة الفورية بين مستخدميها ولا يتطلب استخدامها توافر اسم مستخدم UserName وادخال كلمة سر Password ، كما يوفر ذلك الموقع برنامجاً يساعد مستخدميه على اجراء محادثه مع أى شخص داخل مواقع الويب المختلفة.

6- شبكة LinkedIn :

وهى شبكة تقدم خدماتها للمهنيين كما تعتبر وسيلة رائعة لجذب المستخدمين إليها والتواصل معهم نظراً لاحتواء تلك الشبكة على بيانات بيوجرافية للعديد من أعضاء هيئة التدريس والمؤلفين والمؤرخين والعلماء في العالم ... إلخ.

7- شبكة twitter :

وتعرف هذه الشبكة بمواقع التدوين المصغرة حيث تسمح لمستخدميها بإرسال تحديثات أو ما يعرف بالتغريدات tweets تعبر عن حالتهم المزاجية بحد اقصى 140 حرف للرسالة الواحدة.

(ب) الشبكات الاجتماعية لاغراض تقاسم المعرفة ونشرها Information Sharing :

يعتبر تقاسم المعلومات ومشاركتها جزءاً رئيسياً وحيوياً حيث يجب على امناء المكتبات النظر إلى تلك الفئات بشكل جاد عند تصميم أنشطة المكتبات في العصر الرقمى. كما يجب على أمناء المكتبات ان يضعوا نصب أعينهم رضا المستخدمين من خلال تقديم معلومات تتسم بجودتها وصحتها لهم في الوقت المناسب وبالطريقة المناسبة. لذا كان على امناء المكتبات إعاده

التفكير في تطبيق تقنيات الويب 2 بشكل مبكر ومن أهم الشبكات التى تضطلع بذلك

لدور :

8- شبكة Flickr :

حيث تعتبر من أكبر الشبكات التى تسمح بنشر الصور وتقاسمها كما تتيح تبادل مجموعات الصور الجديدة بحيث تمكن أعضائها من إنشاء مجموعات الصور وفهرستها إعتماًداً على معايير المبتادات، كما تعتبر هذا الموقع اداة جيدة للمستخدمين الذين يبحثون عن معلومات خاصة بصور معينة أو جمع المعلومات الناقصة حول الصور.

9- شبكة youtube :

وهى شبكة متخصصة في نشر مقاطع الفيديو بحيث يمكن استثمارها من قبل أمناء المكتبات في نشر مقاطع فيديو خاصة بالاحداث المكتبية (المناسبات) وفاعليتها، كما أنها تساعد أمناء المكتبات في مشاهدة مقاطع فيديو للمكتبات الأخرى مثل موقع youtubeandlibraries. الذي يتيح العديد من مقاطع الفيديو التى تناقش كيفية تقديم الخدمة المكتبية من قبل أمناء المكتبات وما هو دور أمناء المكتبات في البيئة الرقمية ونماذج لمبانى المكتبات العامة والجامعية وبعد الدروس المستفادة لكيفية رقمنة المواد المكتبية.

10- شبكة TeacherTube :

هو شبكة موجهة للمعلمين، حيث تقدم فرصة جيدة لأمناء المكتبات من أجل التدريب على استخدام المكتبة بها فضلاً في توجيه الطلاب على كيفية استخدام مصادر المعلومات وموارد المكتبة شكل رقم(2).



شكل رقم (2) واجهة استخدام موقع TeacherTube

11- شبكة SecondLife :

بمجرد ولوج أمين المكتبة إلى تلك الشبكة يمكن أن ينشئ مكتبة افتراضية تعتمد على الرسوم ثلاثية الابعاد في شكل يحاكي ألعاب الفيديو فضلا عن تقديم خدمات اعلامية، واتاحة المناقشات، والجماعات.

12- شبكة Wikipedia :

وهي موسوعة حرة تعاونية يمكن لأي شخص استخدامها وإعطاء مستخدمين معينين القدرة على تحرير محتوياتها. ويمكن لامناء المكتبات استخدام ادواتها لتقاسم المعارف الخاصة بهم عن طريق التحرير، كما يمكن لأمين المكتبة استضافه مكتبته على موقع الويكي.

13- شبكة PBwiki :

هي شبكة اجتماعية تعرف بمصطلح " ويكي التعليمية " تتيح التدوين في مجال العمل والتعليم. فهي تشجع التعاون من الطلاب ، كما أنها وسيلة

لتسليط الضوء على العمل، وتقدم نقطة مركزية لجمع المعلومات. والجدير بالذكر إن PBwiki بها قدر كبير من الرقابة في نشر محتوياتها، بحيث يمكن أن تعطي بعض امتيازات التحرير.

14- شبكة Footnote :

وهي شبكة اجتماعية تضطلع بنشر الوثائق التاريخية الاصلية، مع إمكانية تحديث محتوياتها مع عرض الآراء المختلفة حولها. كما تشتمل على معلومات ووثائقيه عن أشخاص وحياتهم وتجاربهم المختلفة وما يميز ذلك الموقع أن المعلومات التي توجد بداخله ليست موجودة في الكتب المرجعية.

15- شبكة Community Walk :

هي شبكة اجتماعية بمثابة خريطة جغرافية توضح الطريق للوصول إلى المجتمعات حيث توفر وسيلة لتفسير النص الجغرافي كما تحدد المواقع والأماكن التي تقام بها المناسبات فعلى سبيل المثال اذا قامت مكتبة ما في الولايات المتحدة الأمريكية بإقامه ندوة عن "المكتبات الرقمية" فبإمكان الشخص بمجرد ان يبحث داخل هذا الموقع عن كلمة " المكتبات الرقمية " أن يستعرض الندوات المنعقدة والفاعليات المقامة وعناوين الكتب التي تحمل هذا المصطلح خلال جدول زمنى محدد تاريخياً وجغرافياً.

16- شبكة SlideShare :

هي شبكة اجتماعية تقوم على تشجيع أعضاء هيئة التدريس والموظفين والطلاب وأمناء المكتبات لمشاركه عروضهم مع شرائح المجتمع المختلفة فهي تعد أفضل طريقة لبث المعلومات ونشرها من خلال مشاركة الملفات باستخدام العروض التقديمية.

17- شبكة Digg :

ديجو وهي شبكة اجتماعية تتيح حفظ المواقع المفضلة لدى ابناء المكتبات والطلاب وغيرهم على الإنترنت بحيث تسمح الوصول إليها من أي جهاز كمبيوتر أو الموبايل كما يمكن مشاركتها مع الآخرين. كما تتيح خدمة الروابط للصور والملاحظات التي يحتاجها أبناء المكتبات والطلاب وغيرهم.

18- شبكة StumbleUpon :

هي شبكة اجتماعية تقوم بتقديم نصائح وتوصيات معينة بشأن ما يبحث عنه المستخدم على الإنترنت ، وما يهتم به من خلال ما تتميز به هذه الشبكة من خوارزميات متقدمة تمكنها من التعرف بدقة على ما يطلبه المستخدم واهتماماته بالتحديد.

19 - شبكة Daftdoggy :

هي شبكة اجتماعية تتيح إنشاء موقع لمكتبة ما مع إتاحة تضمين سياسات المكتبة والمراجع المفيدة بها، والاعلام بخدمات المكتبة. كما تتيح للطلاب جولة على الإنترنت مع حرية التعليق عليها.

ج) الشبكات الاجتماعية لاغراض تنظيم المعرفة Information Distribution::

والمقصود بها تلك المواقع التي تعمل على تنظيم المعلومات وتيسير سبل الافاده منها وإمكانية الوصول إليها بسهولة ويسر ومن أمثلتها :

20 - شبكة aNobii :

هي شبكة اجتماعية موجهة لعشاق الكتب وبيئة افتراضية لتبادل الآراء والتوصيات. وتسمح هذه الشبكة للأفراد بتسويق كتبهم واستعراضها ومناقشتها مع القراء الآخرين.

21- شبكة Del.icio.us:

هي شبكة اجتماعية تعنى بالخدمة المرجعية للمشاركة في روابط الموسيقى المفضلة لديهم والدخول لأكثر من 50 مدونة حيث يمكنهم الاختيار بينها وقد بدأت في عام 2003م ، ومن الأساليب الجميلة لسرد البطاقات في الموقع هي طريقة الحوسبة السحابية أو سحب البطاقات وهي عبارة عن سرد الكلمات المفتاحية لوعية المعلومات الموجودة في الموقع بأحجام مختلفة بحسب كثرة استخدامها فالكلمة المستخدمة أكثر تكون بحجم أكبر من غيرها والعكس صحيح وقد تستخدم الألوان للدلالة على ذلك أيضاً وهي شبكة اجتماعية مجانية من موقع ياهو وفكرة الموقع قائمة على إتاحة جميع الروابط المفضلة للمستخدم وتبادلها بين الأصدقاء، كما تسمح لامناء المكتبات بإنشاء دليل مخصص لرواد المكتبة. حيث ترشدهم بكيفية البحث بالسمات الخاصة للمستخدم ، وبالتالي سيكون من السهل العثور على وصلات مفيدة وذات صلة بموضوع البحث.

22- شبكة Netvibes :

وهي شبكة اجتماعية متعددة اللغات تسمح لمستخدميها بإنشاء صفحة عامة يمكن للجميع مشاهدتها والإطلاع عليها وتصفحها وتستخدم لإرشاد المستخدمين على كيفية استخدام مصادر الإنترنت، قنوات الأخبار. بالإضافة إلى إمكانية دمج تقنيات الموقع مع أدوات أخرى مثل شبكة فليكر، وخدمة خلاصة المعلومات الوافية للموقع RSS ، والمدونات.

23- شبكة Connotea:

هي شبكة اجتماعية تمثل أداة مرجعية كبيرة، وهي تسمح لأمناء المكتبات بحفظ، وتنظيم الروابط المرجعية ومشاركتها مع الآخرين. ويمكن الوصول إليها من أي جهاز.

24- شبكة LibraryThing:

هي شبكة للفهرسة المجتمعية حيث يقوم كافة الافراد والهيئات من كافة دول العالم على اختلاف أجناسهم ومجتمعاتهم واعمارهم بفهرسة ما يتوفر لديهم من كتب مع إتاحة هذه البيانات الوصفية والموضوعية للمشاركة والإفادة للجميع من خلال موقع واحد على شبكة الإنترنت. هذا فضلاً عن إمكانية نقاش وحوار حول كتاب بعينة أو مجموعة من الكتب على مستوى عالمي وتقديم العون للآخرين في كيفية الوصول إلى كتاب محدد، كما يقدم الموقع العلاقات الببليوجرافية المتعلقة بكل كتاب من ناحية الطبعات المختلفة، هذا ويوفر الموقع عدد 44 مليون كتاب وهو ما يفوق ما تفتنيه مكتبة الكونجرس.

25- شبكة lib.rario.us :

هي شبكة للفهرسة المجتمعية تعنى بفهرسة الكتب والمواد الأخرى كالدوريات والأقراص المدمجة ، وشرائط الفيديو ، الألعاب وعرضها على واجهة الموقع بطريقة يسهل الوصول إليها.

2) مزايا استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في بيئة المكتبات ومراكز المعلومات:

يمكن للمكتبات ومراكز المعلومات الجامعية أن تجني العديد من المزايا من استخدام تطبيقات التكنولوجيا الحديثة والمتطورة التي توفرها

الشبكات الاجتماعية تماشياً مع العصر الرقمي نذكر منها : تحسين خدمات المكتبات وإيصالها للمستخدمين بشكل فعال وسريع، استخدامها كأداة لتوعية المستخدمين بالدور الحقيقي الذي تلعبه المكتبة في تقديم خدمات معلومات مميزة للمستخدمين، أداة للتواصل الفعال والسريع بين أخصائي المكتبة والمستخدمين، أداة لمعرفة مواطن القوة ونواحي الضعف في الخدمات المقدمة من قبل المكتبة عن طريق معرفة التقييم المرتد الخاص بالمستخدمين ؛ ومن ثم النهوض بما تقدمه المكتبة بناءً على طلبات المستخدمين، زيادة عملية التشارك والتفاعل بين أخصائي المكتبة والمستخدمين، تساعد المكتبة على تحسين تنمية مقتنياتها، يعد استخدام تكنولوجيا الشبكات الاجتماعية من أقل الوسائل تكلفة مادياً (مجانية) إذ تتطلب وجود جهاز حاسب آلي متصل بشبكة الإنترنت فقط، ولاحتجاج إلى تدريب كبير لأخصائي المكتبات لاستخدامها، هذا ويمكن إبراز أهم المزايا التي توفرها الشبكات الاجتماعية لمجتمع المكتبات في الآتي⁽¹⁰⁾:

أ) قلة التكلفة وسهولة الاستخدام :

يُعد إعداد حساب شخصي للمكتبة والبدء في تفعيله داخل الشبكات الاجتماعية أمراً سهلاً ومجاني، فضلاً عن استخدام مستفيدي المكتبة لتلك الحسابات للمشاركة في حياتهم اليومية، إذ يُعد ذلك أمر مفيد بالنسبة لمستخدمي المكتبة داخل الشبكات الاجتماعية، فعلى الرغم من الحكم على نجاح استخدام أدوات الشبكات الاجتماعية وتطويعها في خدمة المكتبة تحتاج إلى قياسات إلكترونية لقياس مدى الاستخدام والإفادة، فقد وفرت الشبكات الاجتماعية وبشكل مجاني طرق لقياس رضا المستخدمين من خدماتها، على سبيل المثال قد وفرت شبكة الفيسبوك خاصية التعليقات التي تسمح للمستخدمين التعليق أول بأول عن مدى الاستفادة من خدمات المكتبة، أو كتابة الشكاوى الخاصة بهم، أو

الاستفسار عن شيء ما، كما وفرت شبكة الفيسبوك أيضًا خاصية تسمى Like، أو الإعجاب وهي خاصية يمكن الاستفادة منها حينما تقوم المكتبة بنشر شيء ما أو رفع محتوى معلوماتي، فبمجرد نقر المستخدمين على تلك الخاصية فسوف يسجل من ضمن الأشخاص المعجبين بذلك الموضوع، كما نجد أن شبكه تويتر أتاحت مجموعة خصائص تتيح قياس مدى الاستفادة، مثل : خاصية المتابعين Followers أو التغريدات Tweets وتلك الطرق تتسم بسهولة استخدامها ومجانيتها.

(ب) أداه للتواصل الفعال :

تقدم الشبكات الاجتماعية طرق مختلفة لإمكانية الوصول والتعامل مع المستخدمين والمستخدمين المحتملين وبالأخص جيل الشباب الذين يقضوا معظم أوقاتهم على الشبكات الاجتماعية (المواطن الرقمي)، فضلاً عن إداراتهم لأعمالهم ومشاركة معلوماتهم من خلال شبكة الإنترنت تماشياً مع النمو المتزايد لثقافة مشاركة المعلومات، ودعوة الآخرين للمشاركة والإسهام المعرفي عبر المناقشات على الإنترنت، فشباب اليوم لديهم القدرة على تطوير التقنيات الاجتماعية في جميع الأغراض سواء في العمل، أو الدراسة، أو الأنشطة الترفيهية، ويعد ذلك قاسماً مشتركاً بين المكتبات الجامعية التي تستخدم تلك الشبكات في الأنشطة الخاصة بها خصوصاً الدراسية، لذا فإن هذا التطور التكنولوجي في تطوير تطبيقات الشبكات الاجتماعية في التواصل بين المكتبات والمستخدمين يمكن أن يفيد المكتبات في التعرف على طلبات المستخدمين من مجموعات المكتبة.

ج) التسويق والترويج :

تستخدم الشبكات الاجتماعية من قبل جميع المنظمات كجزء رئيسي لتعزيز وتسويق أنشطتها، إذ يمكن لتلك الشبكات أن تلبي احتياجات المكتبات في التواصل مع المستخدمين في تنمية مقتنياتهم والإعلان عن المعارض وخدماتها بشكل مجاني.

د) طريقة لتحسين الخدمات المقدمة للمستخدمين :

تسمح الشبكات الاجتماعية للمكتبات ومؤسسات المعلومات مراقبة ما يقال عنها والاستجابة لردود الأفعال الإيجابية أو السلبية لمستخدميها، ومن ثم التغذية المرتدة السريعة، حيث يتوفر الآن منصات ضخمة تقدم تلك الخدمات؛ لذا فعلى المكتبات أن توظف شخصاً مسؤولاً لمتابعة المقترحات بشكل دائم، حيث يسمح ذلك الأسلوب الاتصالي والتشاركي للمستخدمين الاتصال مع أخصائي المكتبة محل الثقة

3) استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في مجال المكتبات والمعلومات:

إن ما حدث في العالم من ثورة تكنولوجية ومعلوماتية في العقدين الاخيرين قد فرض على المكتبات ومراكز المعلومات استخدام التكنولوجيا في إنجاز مهامها وتقديم خدماتها للمستخدمين، إذ أصبح معيار التقدم وجودة المكتبات لا يرتبط بتطبيق معايير الجودة الشاملة فحسب ؛ بل يرتبط بمدى تطبيع التكنولوجيا في تقديم خدماتها، حيث أصبح ذلك المعيار أحد الركائز الأساسية لتقييم المكتبات خصوصاً وأننا نعيش في عصر تكنولوجيا المعلومات.

ولعل ما يميز الشبكات الاجتماعية هي ارتباطها بموضوعات وثيقة الصلة بعلم المكتبات والمعلومات: كالسعي وراء المعلومات ومشاركتها بكافة

أشكلها، ومن ثم تبادلها بين المستخدمين، فمن منظور استرجاع المعلومات تعد تلك الشبكات وما تحمله من تقنيات هي أداة جديدة وقوية لاسترجاع المعلومات بشكل سريع، ومن ثم تقديمها لمجتمع المعلومات والمعرفة من خلال التواصل وجمع المعلومات الرقمية المطلوبة بواسطة المستخدمين، حيث تقدم الشبكات الاجتماعية، مثل: الفيسبوك، ماي سبيس خدمات تتسم بالفاعلية اعتماداً على تقنيات الويب². فضلاً عن ذلك فقد أتاحت الشبكات الاجتماعية لمستخدميها فرص للتواصل مع أقرانهم في أنحاء العالم لأغراض تبادل وتنظيم المعلومات، فالفلسفة وراء الشبكات الاجتماعية تكمن في الوصول الحر للمعلومات دون قيود مفروضة على استخدامها بدءاً من أفراد العائلة الواحدة لتعميمها على مستوى العالم، إذ جاءت تلك الشبكات لتلعب دوراً هاماً ومؤثراً في الحياة اليومية وتحديد المشكلات وحلها، وتوجيه الأفراد لإدارة المؤسسات المنتمين إليها من خلال عرض التجارب الشخصية السابقة لزوار الشبكة، ومن ثم إنجاز أعمالهم في مناسبات الحياة المختلفة، فتلك الشبكات إنما تمثل مجتمعات دولية افتراضية تتميز عن المجتمعات التقليدية بطابعها التفاعلي؛ لذا فإن تلك الشبكات تتيح لمستخدميها⁽¹¹⁾ :

أولاً : نشر المعرفة : من خلال مشاركة المعلومات القيمة ونشرها والاستفادة منها من قبل المهتمين بتلك الموضوعات.

ثانياً : تأثير النشر : حيث يستطيع المستخدمين معرفة تأثير ما تم بثه من معلومات ومدى إفادتهم من ذلك النشر من خلال كم التعليقات المكتوبة Comments ، وإبداء الإعجاب Like.

ثالثاً : حرية الإسهام المعرفي : حيث يستطيع الأفراد من خلال منصة الشبكات الاجتماعية

إضافة إسهاماتهم على ما هو منشور من قبل ومن ثم الوصول إلى الإثراء المعرفي.

رابعاً : سرعة انتشار المعرفة : فرض التطور التكنولوجي وانتشار الإنترنت سرعة نقل البيانات

والمعلومات بين المستخدمين في شتى أنحاء العالم، ومن ثم يستطيع المستفيدين أو

المشاركين مشاركة وتبادل مصادر المعلومات بشكل ديناميكي عبر الشبكات.

خامساً : الشعور بالثقة.

سادساً : ملاحقة التطور السريع في استخدام التقنيات المستحدثة أولاً بأول.

سابعاً : الابتكار المجتمعي : المكتبة في الأساس مجتمع خدمي، وتتسم المجتمعات بالتغير

المستمر والدائم، وبما أن المكتبات ليست بمعزل عن ذلك فيجب أن تواكب هي

الآخرى ذلك التغير وتوظيف تلك التقنيات في تقديم خدمات تتسم بالفاعلية

لمستفيديها.

ثامناً : تعزيز المحتوى الرقمي : تقوم المكتبات ومراكز المعلومات بإتاحة مصادر المعلومات

للمستفيدين، والخدمات التفاعلية التي تشجع صناعة المحتوى، وتحرير التعليقات،

وبناء المواقع المفضلة، ووسم الصور، وإنشاء البومات الصور...إلخ.

4) تطبيقات الشبكات الاجتماعية في المكتبات الجامعية⁽¹²⁾ :

فرضت البرمجيات والشبكات الاجتماعية على المكتبات الجامعية كأحد

الاختيارات الهامة التي يمكن الإعتماد عليها في تقديم خدمات ومصادر

للمعلومات عالية الجودة تناسب مع ما يعرف بالجيل الثاني من المستخدمين

user 2. وعلى الرغم مما تفرضه الشبكات الاجتماعية من صعوبات في التطبيق من قبل المهنيين إلا أن الخبرة في استخدام تلك التقنيات لاتزال في مهدها، ويتجلى تأثيرها في الوضوح شيئاً فشيئاً، هذا وتستخدم التقنيات الاجتماعية، مثل : الويكي، والملخص الوافي للمواقع، المدونات...إلخ ؛ لمشاركة المعلومات وبثها في المجتمعات الافتراضية، وقد حظيت تلك الشبكات بعدة مزايا إذ يمكن تطويعها في مرافق المكتبات ومراكز المعلومات، ومن تلك المزايا :

1- تُعد الشبكات الاجتماعية وسيلة فعالة للتشجيع على نشر المعلومات وإتاحة وصف دقيق لمؤسسات المعرفة.

2- تُعد الشبكات الاجتماعية وسيلة إيعازية للبقاء على اتصال دائم بين أمناء المكتبات والمستفيدين بشكل مستمر لمعرفة كافة أنشطة وفاعليات المكتبة.

3- وجود المكتبات في الواقع الافتراضي يعزز من دورها الاجتماعي، إذ يجعل فرص التخطيط وإبداء المقترحات أكثر فاعلية.

4- توفر الشبكات الاجتماعية فرصة رائعة لأمناء المكتبات على التفاعل مع مستخدميها أياً كان مكان تواجدهم.

5- يستطيع أمناء المكتبات الحصول على معلومات مباشرة عن المستفيد من خلال التواصل معهم، ومن ثم تحليل سلوك المستفيدين والبدء في توفير الخدمات التي

تلبى احتياجاتهم، وخير مثالٍ على ذلك تجربة مكتبة Hennepin County Library

(HCPL) حيث قامت بتضمين مربع للبحث في صفحتها على شبكة ماي سبيس تمكن

المستفيدين من النفاذ إلى مصادرها، وتجربة مكتبة Library of Charlotte

(PLCMC) & Mecklenburg County التي قامت بعمل إحاطة جارية لمستخدميها من خلال تقنيات المدونات معتمده على تطبيق الرسائل الفورية الخاصة بصفحة المكتبة على الشبكة الاجتماعية.

6- الشبكات الاجتماعية وسيلة لاختبار قدرة المكتبة على الاتصال المفتوح والمباشر مع مستخدميها.

7- يستخدم أمناء المكتبات الشبكات الاجتماعية في استقبال التغذية المرتدة من المستخدمين عبر نظم الرسائل الفورية، وجماعات النقاش.

(5) الشبكات الاجتماعية وخدمات المعلومات :

تواجه المكتبات ومراكز المعلومات جيلاً جديداً من المستخدمين مستخدمي الإنترنت الذين يتمتعون بمهارة من الناحية التكنولوجية مستخدمين إياها في الوصول إلى المعلومات والبحث والاسترجاع، ساعين لتحقيق احتياجاتهم بشكل مختلف وفوري عن ذي قبل، مما يجعل من الصعب تحقيقه في البيئة التقليدية للمكتبة والسياسات المرتبطة بها، لذا تتجه مكتبات الجيل الثاني إلى تقليل الفجوة الرقمية وما يرتبط بها من مشكلات أهمها الفجوة المعرفية التي تحيل دون الوصول للمعلومات والتنوع الثقافي واللغوي والتعليمي.⁽¹³⁾

هذا وتسعى المكتبات ومرافق المعلومات في الوقت الراهن - بشكل متزايد - إلى دمج تقنيات التفاعل الاجتماعي والمشاركة بخدماتها لجذب المستخدمين إلى المكتبات وعرض ما تقدمه من خدمات لهم خاصة مع تضخم كم المعلومات المنشورة ؛ قاد ذلك مقدمي الخدمات إلى إدراك أن تقديم المعلومات في البيئة الرقمية يجب أن يكون بشكل تفاعلي مع توقع احتياجات

المستفيدين، ومن ثم استقبال التغذية المرتدة منهم بشكل فوري عن طريق ما توفره تلك الشبكات من تقنيات⁽¹⁴⁾.

لذا سوف نلقى الضوء على الخدمات التي يمكن للمكتبات تقديمها عبر استخدامها لمواقع الشبكات الاجتماعية :

أ) الشبكات الاجتماعية وتسويق خدمات المعلومات :

توصف المكتبات ومراكز المعلومات بكونها تنظيماً لمجموعة من مصادر المعلومات التي جمعت لأغراض معينة ثم حفظها، ومن ثم إتاحتها (الإنتاج الفكري المسجل) وتيسير سبل الاستفادة منها، وتتحدد كفاءة وفاعلية المكتبة كأداة بحثية وتعليمية من خلال نجاحها في تقديم المعلومات ذات الصلة للمستفيدين منها في الوقت المناسب وبالشكل المناسب، وقديماً كان يقاس نجاح المكتبات اعتماداً على الاكتمال والتوازن في مصادر المعلومات المتوفرة، أما في الوقت الحالي فقد تغيرت فلسفة المكتبات إلى التركيز على استخدام التكنولوجيا في إيصال المعلومات للمستفيد أينما كان سواء في عمله أو منزله وبالشكل الذي يرغب فيه، وفي ضوء ذلك فقد حدد كل من: أوبرين ودادزي عدة أبعاد رئيسية لجودة المعلومات المقدمة وهي⁽¹⁵⁾:

أ- **الملاءمة Relevance** : يقصد بالملاءمة وجود علاقة وثيقة بين المعلومات المقدمة للمستفيدين وبين موضوع بحثهم.

ب- **الدقة (Currency)** : ويقصد بها خلو المعلومات من الأخطاء.

ج- **التوقيت الملائم (Time Period)** : أي تقديم المعلومات وإتاحتها في الوقت الملائم لمن يستخدمونها عندما يحتاجون إليها، وذلك لأن هذه المعلومات تفقد منفعتها إذا لم تكن متاحة عندما تدعو الحاجة إلى استخدامها، أو إذا تراخى تقديمها فترة طويلة بعد وقوع الأحداث التي تتعلق بها بحيث تفقد فعاليتها في اتخاذ قرارات على أساسها، وجدير بالملاحظة أن المعلومات لا

تستمد منفعتها من مجرد إتاحتها في الوقت الملائم، فهناك عوامل أخرى إلى جانب ذلك، إلا أن

التباطؤ في إتاحة هذه المعلومات يؤدي إلى تقليل منفعتها أو ضياع تلك المنفعة.

د- الآنية (Currency) : ويقصد بها تقديم المعلومات الحديثة أولاً بأول.

هـ- الاكتمال (Completeness) : كل المعلومات المطلوبة يجب تقديمها أيًا كان الشكل التي صبت فيه المعلومة.

و- الوضوح (Clarity) : المعلومات يجب أن تقدم بشكل سهل الفهم .

ز- فعالية التكلفة (effectiveness cost) : المعلومات يجب أن تقدم بأسعار مناسبة.

هذا على الرغم من أن الوظائف التقليدية للمكتبات لم تعد بالشيء المرضي مقارنة بما تلبيه البيئة الإلكترونية من مزايا، إلا أن هناك من لا يرغبون في التغيير من أمناء المكتبات ولكنه شيء حتمي، إذ إن التكنولوجيا الآن أصبحت إلزامية بشكل كبير لا يمكن تجاهلها، ولعل أكبر تغيير قد طرأ على مستخدمي اليوم هو الاعتماد الشديد على التكنولوجيا، مثل الهواتف : المحمولة، والحاسبات، والولوج إلى الإنترنت، هذا ويشير تقرير الإفلا إلى التزايد في استخدام المكتبات الجامعية العالمية والمنظمات التجارية الأخرى للشبكات الاجتماعية كمنصة للتفاعل والتواصل مع مستفيديها أو عملاءها، حيث تبنت المكتبات العالمية الجامعية تلك التقنية في توصيل خدماتها بالرغم من كون تلك الخدمات متاحة ومتوفرة فهي بمثابة فضاءً واسعاً للأكاديمين والطلاب ؛ للتفاعل بشأن الموضوعات ذات الصلة بالتخصص والعمل، حيث يستخدم الطلاب أيضًا تلك الشبكات كمنصة لمشاركة المعلومات بينهم في أي موضوع عام أو خاص. حيث أكد بيل (2007) أن تلك الأداة يمكن استخدامها

وتكييفها في المكتبات الجامعية ليس فقط لأغراض التواصل وإنما في دعم العملية التعليمية والبحثية⁽¹⁶⁾.

هذا وتُعد المكتبات الجامعية لكل من جامعات Carnegie, Yale Science Libraries, Norwegian, Cambridge University Library, Mellon University Libraries, University of Science and Technology Library مجرد أمثلة قليلة من المكتبات الجامعية العالمية التي استطاعت أن تستفيد من التقنيات التي تتيحها الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات لها متطورة عبر إنشاء صفحات رسمية لها، حيث يتم عبر تلك الصفحات⁽¹⁷⁾:

- الإعلان عن البرامج التي تقدمها المكتبة.
 - إتاحة الفرصة للطلاب لطرح أسئلتهم المتعلقة بكيفية استخدام المكتبة.
 - تعليم أدوات البحث الأساسية.
 - إحاطة المجتمع الجامعي بالكتب الحديثة الواردة للمكتبة من خلال نشر عناوين الكتب الجديدة على صفحة المكتبة المتاحة على الشبكات الاجتماعية.
 - إرسال التحديثات أولاً بأول للمستخدمين.
 - إتاحة الخدمات المرجعية عن طريق ask a Librarian.
- هذا وتستطيع المكتبات ومراكز المعلومات استخدام الشبكات الاجتماعية لتسويق خدمات المعلومات بها من خلال الإعلان عن الخدمات الجديدة للمكتبة، الإعلان عن معرض المكتبة وبيع الكتب، هذا ويمكن تقديم ذلك عن طريق خاصية الحائط، ومشاركة الصور، ومشاركة الفيديو، والرسائل الخاصة، والإعلانات، وإرسال الدعوات.

ب) الشبكات الاجتماعية وتقديم الخدمات المرجعية :

سمح ما يعرف بالجيل الثاني للويب وما يتضمنه من تقنيات بظهور مستوى جديد في تقديم الخدمات المرجعية بالمكتبات ومراكز المعلومات، فأصبحت المكتبات تُغرد عن مصادرها عبر شبكة تويتر وتشارك النصائح البحثية مستخدمة المدونات، وتنشر الصور الخاصة بالأنشطة كالمناسبات والفعاليات عبر شبكة فليكر فليكر، وتبحث عن مستفيدين (معجبين) جدد لها من خلال بناء صفحات لها على شبكة الفيسبوك، وملاحقة للتطورات الجديدة التي تقود إلى بناء وتطوير ديناميكية العمل المكتبي في البيئة الافتراضية⁽¹⁸⁾. وعلى الرغم من التزايد والنمو السريع في كم الشبكات الاجتماعية فرض ذلك صعوبات على المكتبات في تحديد أي الشبكات أكثر تناسبا لبث خدماتها وتسويق وجودها بين مستفيديها، إلا أن قيمتها جعلتها بمثابة القاطرة التي تنقل التوعية المعلوماتية وتعزز الخدمات، البرامج، المصادر الجديدة المقدمة للمستفيدين فضلا عن توفير المعلومات العامة والخدمات المرجعية⁽¹⁹⁾. هذا وتعد الخدمة المرجعية أحد أهم الركائز الأساسية لخدمة المستفيدين إذ أنها تعتمد في الأساس على إرشاد المستفيدين ومساعدتهم في الوصول إلى غايتهم وتلقي استفساراتهم وشكواهم، ومن ثم التقييم المرتد للمستفيدين والتواصل معهم، هذا وقد مكنت الشبكات الاجتماعية المكتبات ومراكز المعلومات الوصول إلى مستفيديها بشكل فعال وسريع عن طريق ما تقدمه من خصائص وأدوات تشابكية، حيث أمكن للمكتبات الآن بعد إنشاء صفحة لها على الشبكات الاجتماعية أن تستقبل استفسارات مستفيديها إما عن طريق الحائط الذي يتيح للمستفيد كتابه ما يريده، أو عن طريق الرسائل الخاصة الذي يمكن أن يرسلها المستفيدين لأمناء المكتبات، كما يمكن استخدام غرف الدردشة

الموجودة بشبكة الفيسبوك لفتح حوار لحظي بين المستفيد وأخصائي المكتبات المسئول عن إدارة صفحة المكتبة داخل الشبكة الاجتماعية، هذا ويمكن للمكتبات استخدام التطبيقات في إنشاء تطبيق أسأل أمين المكتبة Ask Librarian، أو عن طريق إنشاء تطبيق الأسئلة الأكثر شيوعاً FAQ. هذا وقد غدت النصوص والمعارفة جواله بعد أن خرجت من معاقلها، وفي الوقت ذاته أصبح التركيز على اماكن تواجد المستفيدين ما يشغل المكتبات ومراكز المعلومات. ولقد لعبت المكتبات دوراً بارزاً في وضع المعارف بتصرف الجمهور، منذ القرن التاسع عشر حين تم الاعتراف بوظيفتها الاجتماعية الهامة. لذا سيكون عليها التزاماً إتاحة خدماتها عبر تطويع تلك الشبكات والاستفادة منها⁽²⁰⁾.

- الخدمات المرجعية وموقع الفيس بوك Facebook :

هناك تبنى واضح للمكتبات على اختلاف انواعها في جميع القطاعات على مستوى العالم بشأن الاستفادة مما تتمتع به شبكة الفيس بوك من آليات التواصل والترويج. فزى معظم المكتبات الجامعية قد تخطت الاستفادة من خاصية الحساب الشخصى للإتصال بالطلاب واستخدام صفحات الفيس بوك في الإعلان عن كل خدماتها، والمصادر المتاحة لديها، والانشطة إلى اضافة تطبيقات تسمح بالبحث في فهرسها المتاح على الخط المباشر OPAC وقواعد البيانات المشتركة فيها⁽²¹⁾. هذا ويستطيع المستفيدين إرسال الرسائل لامناء المكتبات للاستفسار عبر نظام الرسائل المتضمن في الموقع ، او من خلال التفاعل عبر خاصية غرف الدردشة. فموقع الفيس بوك من المواقع التى تسمح للمكتبات بانشاء صفحات له ، مع واجهات جديدة ، حيث نستطيع المكتبة ان تحدث اخبارها ، ومن ثم إنشاء اعلانات لها، ووضع المعلومات

العامة ذات الصلة بالمكتبة في شريط خاص لها. وإنشاء تطبيقات مثل الفهرسة وقواعد البيانات في صناديق ، ايضاً من المزايا الواضحة داخل صفحات الفيس بوك، ان الاعضاء يستطيعون الاشتراك داخل تلك الصفحات دون قيود مشروطة او اعضاء الاذن بالانضمام مثل إرسال طلبات الصداقة، كما يستطيع الاعضاء ان يتركوا أسألهم المرجعية على صفحة المكتبة على موقع الفيس بوك ثم يقوم امين المكتبة بالرد عليها في رسالة خاصة بمجرد قراءتها.



شكل رقم(3) يظهر خدمة تلقي الاستفسارات عبر تطبيق الرسائل الفورية IM



شكل رقم (4) يظهر كيفية تطبيق البحث داخل فهرسة المكتبة من خلال الكلمات المفتاحية

داخل صفحة المكتبة على موقع الفيس بوك



شكل رقم (5) يوضح تطبيق الخدمة المرجعية

— الخدمات المرجعية وشبكة ماي سبيس Myspace :

على الرغم من ان شبكة الفيس بوك قد طغت على شبكة ماي سبيس بوك استخداما وافادة في الوسائط الاعلامية والثقافة الشعبية، إلا ان ماي سبيس لاتزال اكبر شبكة اجتماعية متاحة على الويب داخل الولايات المتحدة الأمريكية، هذا وتبدوا شبكة ماي سبيس انها قد اظهرت وبشكل ملحوظ كونها مكان للمكتبات العامة للاتصال بمستخدميها الشباب لترويج ونشر خدمات المكتبات ومصادرها مثل الموسيقى والالعاب بطريقة مشوقة وجذابة واكثر الفة سواء كانت موجهة للمستخدمين الشباب او غير ذلك. لا يزال ماي سبيس خيارا قابلا للتطبيق لكونها قاعده اتصال لجمهور واسع وايضاً في الخدمات المرجعية. وكما هو الحال مع الفيس بوك يستخدم املاء المكتبات الحسابات الشخصية في الاتصال مع الاعضاء الاخرين واجاباتهم عن الاسئلة والاستفسارات لديهم. الشئ الوحيد لتقديم المكتبة نفسها على الماي سبيس من خلال إنشاء حساب شخصي لها خلافا لصفحات الفيس بوك.

- الخدمات المرجعية وشبكة تويتر Twitter :

دخلت شبكة تويتر عالم الشبكات الاجتماعية منذ عام 2006 ومنذ ذلك الحين تشهد نمواً وتطوراً ملحوظاً. هذا وتشير سارة مالمستين (2009) في مقالها أن شبكة تويتر صممت في الأساس لتبادل المعلومات، وتستطيع المكتبات من خلال استخدام شبكة تويتر أن تتشارك كافة أنواع الاخبار التي يحتاجها المستفيدين. فالرسائل القصيرة يمكن ان تخبر الاشخاص حول الندوات، المحاضرات، معارض الكتب، مصادر المعلومات المتاحة حديثاً أو اعلام المستفيدين بتغيير مواعيد المكتبة. المنشورات التي يمكن ان تنشر عبر تويتر يمكن ربطها بالاخبار المهتمة بمحو الامية المعلوماتية او المكتبات حيث يمكن ربط ما هو منشور بموقع المكتبة المتاحة على صفحة الويب او مدونتها الشخصية للمزيد من المعلومات المتعمقة. كما اوضحت ان المكتبات الجامعية لديها تركيز ورؤيا اكثر تعمقاً في استخدام شبكة تويتر⁽²²⁾.

اتاحت شبكة تويتر ما يعرف بـ Hash Tag* والمعروفة (بالوسم) وهي الطريقة تستخدمها المكتبات في الخدمات المرجعية لها حيث تقوم بفلتره وحصر التغريدات (المواضيع ذات العلاقة بموضوع معين).

هذا وقد شجعت المكتبات من التعامل مع تويتر كأداة للحوار والمحادثة مثل البث الاذاعي إن تلقى الاسئلة المرجعية على تويتر امر بسيط ومباشر حيث يرسل الاعضاء استلتهم في شكل تغريده ثم يقوم امين المكتبة بالرد على ذلك الاستفار في تغريده خاصة به ، وهنا يكمن موضوع الخصوصية هل من

* الهاش تاج (Hash Tag) و الذي تم تعريبه إلى (وسم) هو طريقة تستخدم في تويتر لفترة و حصر التغريدات / المواضيع ذات العلاقة بموضوع معين ضمن مكان محدد يسهل الوصول إليها عند البحث ، فخط الزمن (Time Line) يقوم بعرض التغريدات من كل من تتابعهم و الذي قد يكون شخص أو شخصين منهم فقط يتحدث في موضوع محدد و لكن بتداخل التغريدات فيما بينها فإن ذلك يسبب ضياع الموضوع أو فقد لتسلسله ، و كذلك الحال لو أردت أن تعرف آراء اناس آخرين و ترى تغريداتهم حول نفس الموضوع دون الحاجة لمتابعهم فما عليك سوى البحث عن الهاش تاج المشترك

الخصوصية اتاحة الاسئلة المرجعية واجاباتها لعضو ما إلى جميع الاعضاء لقراءتها.

- الخدمات المرجعية وشبكة نينغ Ning :

شبكة نينغ ذات شعبية كبيرة لامناء المكتبات ولكن لم تستثمر حتى الان بشكل ملحوظ حيث تسمح لاي مستخدم بإنشاء مضيف لشبكة اجتماعية من خلال واجهة تعامل مطروحة من شبكة نينغ ، إن انشاء شبكة جديدة خارجة من طيات شبكة نينغ تخدم المكتبات ومرافق المعلومات وتروج للاعضاء للانضمام إلى شبكة نينغ حيث تتيح جماعة نقاش خاصه بها ومنتديات ، وغرف للحوار كما تتيح مشاركة الصور والافلام ، والاحداث والمدونات ، وإنشاء الجماعات وإضافة التعديلات والتخصيصات الخاصة بالموقع.

ج) الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على توعية المستفيدين من المكتبات :

إن سعة التغيرات التكنولوجية التي مست، خلال العقود الآخرة وسائل الإبداع ونقل المعارف المرتكزة على أدوات المشابكة الاجتماعية المتنوعة قد شجع الأفراد على إختلاف أعمارهم وبشكل متزايد على استخدام تلك التقنيات الحديثة إلا أن فئتي الشباب وطلبة الجامعات شكلت مثلاً أكثر وضوحاً في الاستخدام المتزايد لادوات المشابكة الاجتماعية حيث لم يغفل أمناء المكتبات الجامعية في المجتمعات المتقدمة دور تلك التقنيات الفعال بل ايدوا استخدامها وتفعيل دورها إلا أن الاراء تضاربت حول استخدام المكتبات الجامعية لمواقع الشبكات الاجتماعية فهناك من يراها وسيلة ناجحة ومبتكرة للتواصل مع الطلاب وتوعيتهم في حين يرى اخرون إنها شكل من اشكال الاستخدام غير الفعال لوقت وجهد امناء المكتبات⁽²³⁾.

وإثباتاً لهذا توضح المراجعات العلمية للآدبيات الحديثة المتعلقة بالموضوع أن مواقع الشبكات الاجتماعية تقدم لامناء المكتبات الجامعية طريقة فعالة لتوعية وإرشاد وتوجيه الطلاب لآرتياد المكتبات الجامعية استخداماً وإفادة آخذين في الاعتبار المشاكل المحتملة التي قد تنشأ. هذا ويعود تعبير ادوات المشابكة الاجتماعية المتاحة على الإنترنت إلى نمط جديد من الويب او ما يعرف بالجيل الثاني للويب Web2 حيث يمكن تعريفها بشكل عام بإنها " التطور إلى ويب يتميز بالاجتماعية والتفاعلية التي تمنح الجميع فرصة للمشاركة " فلم تعد شبكة الويب حكراً على اولئك الذين يتمتعون بمهارات البرمجة وعمليات الحاسب المعقدة بل امتدت الدائرة لتشمل عدة مستخدمين منهم : من يبنون مستودعات للمعرفة على ما يعرف بالوكيز، ومنهم من يطورون البيانات الببليوجرافية على مواقع social bookmarking ، بناء مجموعة تاريخية وثقافية عبر تطبيقات مشاركة الوسائط المتعددة ، وهناك مواقع تهتم بتشكيل العلاقات مع الافراد وهي الشبكات الاجتماعية المجتمعية. ومع اكتساب منصات الشبكات الاجتماعية شعبية هائلة احتضنت المكتبات بكافة انواعها تلك الشبكات كوسيلة لتعزيز نفسها داخل مجتمعاتها ويشار هذا الإسلوب الجديد في توفير خدمات المكتبات إلى ما يعرف بالجيل الثاني للمكتبات ⁽²⁴⁾ Lib2. إن خدمات التوعية المعلوماتية التي تقدمها الجامعات ليست بالظاهرة الحديثة. فهناك عدة طرق للتوعية تهدف إلى تشجيع استخدام المكتبات لاعضاء هيئة التدريس والطلاب على حد سواء. ومنها طرق تقديمها الكليات عبر برمجيات تشجع على استخدام المكتبات بين طلابها ، ومنها منهجيات أخرى تركز على مجتمع الطلاب من خلال امناء المكتبات والتعاون مع المنظمات الطلابية، ولذلك فإن استخدام

الشبكات الاجتماعية هو الوسيلة الفعالة التي يمكن للمكتبات الجامعية الاستعانة بها لتقديم خدمات التوعية المعلوماتية لطلابها⁽²⁵⁾.

إن خدمات التوعية على الموجهة للطلاب تشجع باستمرار نظراً لأن طلاب الجامعات اليوم اقل اعتماداً على المكتبات التقليدية. ومع ظهور المصادر الإلكترونية والإنترنت. حيث لا يشعر الطلاب بالحاجة إلى الدخول إلى جدران المكتبة أو الاستعانة بامناء المكتبات في إعداد أبحاثهم. وبالتالي فقد ايد امناء المكتبات الوصول إلى الطلاب في بيئاتهم المفضلة من اجل توسيع نطاق خدمات المكتبة خارج جدران المكتبات التقليدية.

هذا ويشير ماثيو Mathews، في مقالته ان الشبكات الاجتماعية توفر وسيلة فعالة للوصول إلى طلاب الجامعات في بيئاتهم الخاصة. حيث تهدف المكتبات الجامعية لتقليل احتياجات المستخدمين في اللجوء إلى المكتبة وإعادة حزم مواد المعلومات في بيئات أكثر الفة للمستخدمين. ومناقشات امناء المكتبات الجامعية امكن تسليط الضوء على الاستخدامات المتعددة لشبكة الفيس بوك لاغراض التوعية والارشاد. فواحدة من الاستخدامات الاساسية لشبكة الفيس بوك هى تسويق المكتبات من خلال صفحات المعجبين حيث تضع المكتبات ساعات عملها ، وموقعها ومعلومات عن موقعها الرسمي عبر وضع وصلات لموقعها الرسمي، فضلا عن ذلك يمكن للمكتبات الاكاديمية أن تذكر دائماً الطلاب بما هو متاح من مصادر المعلومات بها بدلاً من استخدام الطلاب للمحرركات البحث بصورة مستمرة لإعداد أبحاثهم الاكاديمية، ايضا يمكن تنشأ المكتبات دعوات للفاعليات الخاصة بها والدعاية ولبرامجها كمنتدى اضافي لتعزيز انشطة المكتبة بجانب دورها الاساسى في تقديم ادوات التسويق لخدماتها المقدمة لطلابها⁽²⁶⁾.

بالإضافة إلى ذلك تقوم المكتبات الأكاديمية بتجريب تضمين خدمات المكتبة مع مواقع الشبكات الاجتماعية التي تستخدمها لتقديم التوعية اللازمة للطلاب. فباستخدام تطبيقات مواقع الفيس بوك تقوم بعض المكتبات الأكاديمية بتضمين فهرس المكتبة والسماح للطلاب بالدخول إلى محتويات فهرس المكتبات بدون زيارة موقع المكتبة على الإنترنت⁽²⁷⁾. هذا وتستخدم بعض المكتبات تطبيق مواقع الشبكات الاجتماعية كمرشد للمكتبة (LibGuides application iLibrarian 2007). في حين أن معظم المكتبات الأكاديمية تقوم بتضمين مزايا وخصائص ask-librarian داخل موقع الفيس بوك لتقديم خدمات مرجعية وتقوم بالتوسع باستخدام بخدمات الدردشة والرسائل المتاحة عبر الفيس بوك. مثل مكتبة Harlan Hatcher Graduate Library حيث أنشأت صفحة لديها داخل الفيس بوك تتضمن وظائف البحث داخل الفهرس ، وأسأل أمين المكتبة ، البحث في الفهرس العالمي ووصلات لكل المكتبات الهامة على الإنترنت⁽²⁸⁾.

الدول الأكثر استخدامًا للشبكات الاجتماعية :

حقق الجيل الثاني للويب ثورة تكنولوجية هائلة مما ترتب عليه انتشار الشبكات الاجتماعية ومن ثم التطور السريع في نشر وتداول المعلومات والمعرفة مستغلة ما توفره تطبيقاتها المتمثلة في تلك الشبكات للتواصل بين البشر واستخدام كافة إمكاناتها في مختلف مناحي الحياة، وبالإطلاع على موقع أليكسا للتعرف على أكثر الدول استخدامًا للشبكات الاجتماعية نجد أن الولايات المتحدة تأتي في المرتبة الأولى جدول رقم (51) يليها المملكة

المتحدة (بريطانيا) جدول رقم (52) من حيث التنوع في استخدام الشبكات الاجتماعية المختلفة*.

جدول (51) استخدام الولايات المتحدة للشبكات الاجتماعية

الفيس بوك		اليوتيوب		تويتر		لينكد إن		فليكر	
النسبة	الترتيب	النسبة	الترتيب	النسبة	الترتيب	النسبة	الترتيب	النسبة	الترتيب
المئوية	داخل	المئوية	داخل	المئوية	داخل	المئوية	داخل	المئوية	داخل
للزائرين	الدولة	للزائرين	الدولة	للزائرين	الدولة	للزائرين	الدولة	للزائرين	الدولة
%23.4	2	%22.1	3	%27.3	7	%33.9	9	%34.2	86

جدول (52) استخدام المملكة المتحدة (بريطانيا) للشبكات الاجتماعية

الفيس بوك		اليوتيوب		تويتر		لينكد إن		فليكر	
النسبة	الترتيب	النسبة	الترتيب	النسبة	الترتيب	النسبة	الترتيب	النسبة	الترتيب
المئوية	داخل	المئوية	داخل	المئوية	داخل	المئوية	داخل	المئوية	داخل
للزائرين	الدولة	للزائرين	الدولة	للزائرين	الدولة	للزائرين	الدولة	للزائرين	داخل الدولة
%3.3	2	%10	9	%4.2	10	%4.1	13	%4.6	80

(6) نظرة عامة في توظيف ادوات المشابكة الاجتماعية في المكتبات الجامعية :

أولاً: الجامعات الامريكية :

على الرغم مما أشارته بعض الدراسات التي أجريت في منتصف عام 2000 من قلق مديري المكتبات بالولايات المتحدة الامريكية إزاء الدور الحقيقي لتلك المواقع في المكتبات ومؤسسات المعلومات ومدى إمكانية توظيفها لأغراض التعليم والبحث العلمي لتقديم الخدمات المتطورة في المكتبات مبررين مخاوفهم في عدم ملائمة تلك الأهداف مع طبيعة الشبكات

* <http://www.alexandria.com>

الاجتماعية من ناحية الوقت والمصادر المستهلكة جراء استخدام أدوات المشابكة الاجتماعية، إلا انه وبعد ظهور تقنيات الويب 2 وتطورها فقد تغير الوضع إلى إمكانية استخدام تلك التقنية الجديدة في مجال المكتبات ومؤسساتها حيث أثبتت معظم الدراسات مدى إمكانية استخدام تلك المواقع في المكتبات عبر الشبكات المختلفة مثل الفيس بوك Facebook وماي سبيس Myspace، فمن خلال موقع Facebook تستطيع المكتبات ايّاً كان نوعها عرض معلومات عنها من خلال ما يسمى بخاصية عرض الحالة status، فضلاً عن تعزيز الرؤية الاجتماعية للمكتبات من خلال بناء المكتبات لحسابات شخصية لها على الفضاء الإلكتروني فضلاً عن إتاحة عناوينهم لتلقى الإستفسارات التي ترد من قبل مستفيديها والإجابة عليها بشكل أكثر كفاءة ومرونة ودعم تواصل المستفيدين ببعضهم البعض. كما يتيح موقع Myspace للمكتبات ومراكز المعلومات ايّاً كانت نوعها المساهمة في نشر المعرفة وبثها من خلال ترقية الحسابات الشخصية وإتاحة خاصة نشر مصادر المعلومات الوافدة للمكتبات⁽²⁸⁾. هذا وقد أشار عدد من امناء المكتبات الامريكية ان شبكة الفيس بوك Facebook قد تكون بيئته ملائمة لخلق مجتمع افتراضي تستطيع المكتبات من خلاله تقديم وإيصال الخدمات إلى مستفيديها بأسرع وقت وبأقل تكلفة⁽²⁹⁾. وفي هذه الحالة ونضرب مثال على ذلك وهو مكتبة كامبل the Kimbel Library of the Coastal Carolina University (شكل رقم 6) التي استخدمت موقع الفيس بوك الشهير لتقديم الخدمات المرجعية المتخصصة، تقديم جولات تعريفية بالمكتبة، والترويج للخدمات الأخرى. ليس هذا فحسب بل امتدت خدمات الفيس بوك لأكثر من ذلك حيث ساعدت بشكل غير متوقع الزملاء ليصبحوا أكثر قرابة وحميمية.



شكل رقم (6) لصفحة مكتبة كامبيل الجامعية

وفي عام 2011 قامت مكتبة كارولينا الجنوبية بإعداد تقريرها السنوي الرابع الموسوم بـ "الإعلام الاجتماعي، قطاع المكتبات، الجيل الثاني من الويب : كيف يمكن للمكتبات الأمريكية الاستفادة من التقنيات الحديثة في علاقاتها العامة واستقطاب مستفيدين جدد (التقرير الرابع 2011) حيث هدف هذا التقرير أن يقيس نوعاً من ردود فعل قطاع واسع من أمناء المكتبات والمشتغلين بها في مجتمع الولايات المتحدة الأمريكية لتحديد كيف يمكن للمكتبات على اختلاف أنواعها أن توظف تقنيات الجيل الثاني والشبكات الاجتماعية في تعزيز برامج المكتبات وخدماتها، ولقد اشارت نتائج هذا التقرير ان المكتبات الجامعية احتلت المركز الثاني بواقع 25.3% في استخدام الشبكات الاجتماعية في الولايات المتحدة⁽³⁰⁾.

هذا ومن الواضح أن الإقبال المتزايد على الشبكات الاجتماعية كأده للمكتبات يحتاج فهماً واضحاً لها لتمهيد الطريق أمام تسخير الفوائد المحتملة منها، كما ان دراسة أدوات المشابكة الاجتماعية ومن ثم اختبارها من منظور

واسع وتطويعها بين ايدى امناء المكتبات له فائدة عظيمة هذا وجدير بالذكر أن هناك مواقع لها هيمنة في مناطق جغرافية محددة فموقعى الفيس بوك Facebook وماى سبيس Myspace ذى شهرة في الولايات المتحدة الامريكية، وغيرها من المناطق العالم، وشبكة اورركيوت Orkut تهيمن على سكان آسيا، المحيط الهادى، جنوب امريكا، وشابكة بيوبو Bebo تغطى استراليا واوروبا، وشبكة كيوكيو qq تخدم شعب الصين⁽³¹⁾.

ثانياً : الجامعات الأفريقية⁽³²⁾ :

اشار تقرير الافلا المنشور في عام 2011 أن المكتبات الجامعية الافريقية استطاعت أن تلبي احتياجات مستخدميها من خلال تطبيقها للتقنيات الحديثة التى تتسم بالكفاءة مثل مواقع الشبكات الاجتماعية، تطبيقات الموبايل ...إلخ حيث يرى كثير من الخبراء أن تلك التطورات في حاجة دائمة إلى التشجيع والدعم من جانب المكتبات الجامعية في افريقيا. هذا وقد قام اتحاد المكتبات الأفريقية AAU في إبريل عام 2011 والذي كان يجمع إنذاك 180 مؤسسة تعنى بالتعليم العالى والبحث العلمى موزعين على 30 دولة من دول الأعضاء بالبحث داخل مواقع الجامعات المنتمية لإتحاد المكتبات الأفريقية حيث أسفرت نتيجة البحث أن هناك بعض الجامعات التى لا تمتلك مواقع على الإنترنت وبالتالي فإن المكتبات التابعة لتلك الجامعات لا تمتلك هى الاخرى مواقع لها، والبعض الاخر يمتلك مواقع ولكنها غير مفعلة، وباقى الجامعات ومكتباتها تمتلك مواقع رسمية لها وحفنة من المكتبات الجامعية الافريقية تقوم بربط موقعها على الإنترنت بمواقع الشبكات الاجتماعية.

هذا وقد اشار التقرير السابق ذكره أن هناك مزايا جراء استخدام الشبكات الاجتماعية

في المكتبات الجامعية الافريقية وهى :

1- تسهل مواقع الشبكات الاجتماعية التعاون وتعزيز فاعلية الاتصال بين ابناء المكتبات والمستفيدين.

1- اشار بعض الباحثين في الجامعات الافريقية عام 2008 ان مواقع الشبكات الاجتماعية سوف تقود في المستقبل إلى بث المعلومات التي تضاهى استفسارات بحثهم بشكل أكثر دقة.

2- الهدف الرئيسي لأبناء المكتبات أن يجعلوا مصادر المكتبات متاحة للمستفيدين فإذا كانت مواقع الشبكات الاجتماعية تساعد على تحقيق ذلك الهدف لذا يجب التأكيد على دورها بقوة وتشجيع استخدامها.

3- إن ربط مواقع الشبكات الاجتماعية بموقع المكتبة عبر ما يعرف بحائط Wall الشبكات الاجتماعية لديه القدرة على جنى نتائج عظيمة من خلال جذب وخدمة ما يعرف بالتعليم عن بعد فضلاً عن ذلك فإن أى شخص له القدره على التواصل وارسال رسالة إلى شخص بعينه بغض النظر عن البعد الجغرافي.

هذا وقد خلصت دراسة الافلا إلى عدة نتائج أهمها :

1- ان الشبكات الاجتماعية هي الأكثر استخداماً لاجراض التعليم العالي بين طلاب الجامعات الافريقية.

2- إن اتاحة خدمات المكتبات على مواقع الشبكات الاجتماعية سوف يحظى بإعجاب الطلاب لما تتمتع به تلك المواقع من مزايا الترفيه والتسلية.

3- إن الهدف الرئيسى من زيارة الشباب تلك المواقع هو التواصل بين الأصدقاء وإجراء المحادثات.

4- إن 72 % من المستجيبين لاسئلة الدراسة يفضلون النفاذ إلى مواقع المكتبات الجامعية عن

طريق رابط المكتبة المتاح على صفحة المكتبة المنشئة بموقع الشبكات الاجتماعية.

ثالثاً : جامعات جنوب آسيا :

أشار تقرير مؤتمر IATUL والمنشور بجامعة Purdue University أن تفعيل تقنيات الجيل الثاني للويب بمواقع المكتبات الجامعية في جنوب آسيا لاتزال في بداياتها المبكرة حيث يأتي تطبيق الفيس بوك في أولويات الاستخدام في المكتبات الجامعية ويليهما شبكة توتر ، RSS ، الرسائل الفورية ، المدونات ، E-Poll ، اليوتيوب ، فليكر ، الموسوعات الحرة أو ما يعرف Wikis. هذا وقد أشار التقرير أنه قد حان الوقت للمكتبات الجامعية أن تصنع علاقة جديدة بينها وبين تطبيقات الجيل الثاني للويب بما يعطى فرصة أكبر للتعاون بين أمناء المكتبات الجامعية والعمل معاً وتبادل الخبرات المهنية والمنفعة بينهم. هذا وقد حظت المكتبات الجامعية في تيلاند 38 % استخداماً لتطبيقات الويب 2 ومنها الشبكات الاجتماعية ثم الفليبين بواقع 22.21 % ، اندونيسيا 18.17 % ، ماليزيا 15 % ، سنغافورا 7.6%، فيتنام 3.3 % ، في حين حظيت دول مثل بروناي ، كامبوديا ، لاوس ، تايهور الشرقية ، مينمار 0 % في الاستخدام⁽³³⁾.

7) التخطيط لاستخدام الشبكات الاجتماعية في المكتبات ومراكز المعلومات :

تعد تقنيات الإعلام الاجتماعي أو ما يعرف بمواقع الشبكات الاجتماعية شكل من أشكال الاتصال الجديد حيث نمت وتزايدت اعداد مستخدمي تلك المواقع بمعدل أسي، فعلى سبيل المثال ارتفع عدد مستخدمى

موقع الفيس بوك - الأكثر شهرة في الولايات المتحدة الأمريكية - من 300 مليون شخص إلى 500 مليون مستخدم في بضعة سنوات ، كما ارتفع مؤشر الاستخدام على شبكة تويتر في الفترة من فبراير 2008 حتى فبراير 2009 ليصل إلى 382،1%، فملايين الأشخاص حول العالم يستخدمون تلك التقنية وتطبيقاتها كجزء من حياتهم اليومية في كل شتى الأمور.

ونظراً للانتشار المتزايد في الاستخدام لتلك الوسائل فقد انعكست هذه التطورات على هيكل المكتبات ومؤسسات المعلومات بأنواعها المختلفة التي لجأ معظمها للبيئة الالكترونية للتواصل مع جمهورها وتعتبر المكتبات الجامعية واحدة من تلك المؤسسات التي استغلت تلك التقنية وما تتيحه من تطبيقات كأداة من أدوات الاتصال للتفاعل بين أعضاء هيئة التدريس والطلبة من ناحية وبين أعضاء هيئة التدريس والمكتبة من جهة أخرى وبين الطلبة والمكتبة من جانب آخر. هذا وقد أثر استخدام تقنيات الشبكات الاجتماعية في العمل المكتبي وتقديم الخدمات المكتبية العديد من الإشكاليات والتساؤلات من جانب المكتبة نفسها منها حداثة الشبكات النسبية؟ كيفية البدء في الاستخدام؟ ما هي نوعية الأشياء الجديرة بالنشر؟ تعزيز المكتبة في تواجدها؟ وما هي الطرق المثلى التي يجب استخدامها لإستقطاب أعضاء جدد أو ما يعرف بالمعجبين أو المتابعين؟

لذا فقد أشار اندى andy انه وبمجرد البدء في استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية من قبل المكتبات الجامعية يجب أن تسأل نفسها ما النفع من وراء ذلك؟ وما الفائدة المنشودة من وراء استخدام تلك المواقع؟ وبشكل عام هناك الكثير من الأسباب التي تفرض على المؤسسات العامة والاعلامية استخدام تلك المواقع، إلا انه من المهم العثور على اسباب تخص المكتبات

ومراكز المعلومات فتأطير مسعى تلك المؤسسات من استخدام تلك المواقع يعطيها جدوى في الاستخدام والافاده منها، لذا فقد أكد أندى andy في مقالته أن هناك عدد من الآليات التى يجب التماسها عند الشروع في توظيف مواقع الشبكات الاجتماعية في المكتبات الجامعية وهى⁽³⁴⁾ :

اولاً : الحساب الشخصى Profile :

بمجرد إعداد المكتبة صفحة أو حساب شخصى لها على مواقع الشبكات الاجتماعية فمن المهم اضاء الطابع الشخصى عليه بغض النظر عن أيًا من المواقع قررت المكتبة أن تستخدمه واضعه في حسابها عدد من الأشياء التى يجب أن تشتمل عليها :

1- رابطة لموقع الويب الخاص بالمكتبة : حيث يجب أن يتسم الرابط بالقدرة على الوصول إلى موقع المكتبات بسهولة ويسر وفي أقل وقت ومن ثم يتوافر للمستفيدين الاستفادة من الوقت للتعلم أو الشروع في اعداد ابحاثهم. هذا وتتسم معظم الحسابات الشخصية داخل وسائل الاعلام الاجتماعي بإحتواءها على قسم خاص بالوصف العام. ويجب ان تملئ.

2- إنشاء ترحيب ووصف غير رسمى لمكتبتك : تتضمن مواقع الشبكات الاجتماعية على عدة خيارات تساعد على التنسيق واجهات التعامل، لذا تستطيع المكتبات أن توظف تلك الخيارات بما يناسبها حيث يمكنها أن تغير الألوان والخلفية في شبكة تويتر ، ويمكن أن تضع أشرطه خاصة وصناديق على الفيس بوك للبحث والتسويق.

ثانياً : ماذا تنشر What to post ؟ :

بعد انشاء الحساب الشخصي . يجب إنشاء المحتوى ونشر المعلومات والآراء والأفكار على أساس منتظم. هذا يعتبر واحداً من الفرضيات الأكثر صعوبة لأي شخص يبدأ في تقديم مؤسسته على شبكة الاعلام الاجتماعي ماذا ينبغي ان انشر؟ وكيف؟ وهناك بعض الافكار التي يمكن للمكتبات ان تنشرها داخل الشبكة الاجتماعية وتضمن :

1- الفاعليات والاعخبار المكتبية Library news and events:

يعتبر الاعلام الاجتماعي مكان ممتاز لاجبار الناس عن مواعيد المؤتمرات ، اقامة الندوات ...إلخ من فاعليات.

2- ما ورد حديثاً للمكتبة New additions to your collection :

هل حصلت على أوعية معلومات جديدة ؟ هل توافر لديك اصداراً جديداً من برامج ادارة الاستشهادات المرجعية وكتابة التوثيق ؟ فكل هذه الاشياء تستطيع المكتبة أن تعلم بها مجتمع المستفيدين بمجرد وصولها عبر قنوات الاعلام الاجتماعي الجديد.

3- وصلات المقالات وملفات الفيديو Links to articles، videos،: يجب على أمين المكتبة ان

ينشر تلك الوصلات الحاملة للمعلومات ذات الصلة بالموضوع ومفيده لمستخدمي المكتبة. وفي الوقت ذاته يجب أن يتجنب تلك المنشورات والروابط التي ليس لها علاقة مباشرة بمكتبتك، فأمين المكتبة يجب ألا يغيب عنه ما المغزى من وراء استخدامه تلك التقنية في المقام الاول، فضلا عن التنوع في المواد المنشورة وتحديثها باستمرار.

4- تلقى التغذية المرتدة Solicit feedback: بنيت الشبكات الاجتماعية

للمحادثة لذا فلا حاجة لأمين المكتبة بأن يتردد في أن يستسفر من

المستفيدين المتواجدين على مواقع الشبكات الاجتماعية بدرجة الإفاده من الخدمات التي تقدمها المكتبة عبر مواقع الشبكات الاجتماعية.

5- الرد على الاستفسارات **Respond to people** : يجب أن يتمتع أمين المكتبة بالرد على ردود الفعل السلبية الخاصة بمشاكل الاشخاص والوقوف بجانبهم على سبيل المثال إذا اشتكى شخص ما على تويتر بأن المكتبة أصبحت مزعجه ، ربما تكون الأجابه " من المسئول عن هدوء المكتبة ؟ " ، لدينا بعض الغرف التي تسمح لك بالمذاكرة في الطابق السفلى وتتميز بالهدوء ؟ " استخدم الفكاهة ، وكن ايجابيا ، وحاول ان تساعد المستفيدين في حل المشاكل باستراتيجيات جيدة لتغيير العقول فلامين المكتبة القدرة على التأثير في المحادثه المتاحة على الخط المباشر بشكل قوى ولا تفكر ابدا في تجاهل احد.

6- الصور : تسمح مواقع الشبكات الاجتماعية - دون قيود مفروضة - لمستفيديها بنشر أو ربط تالصور واتاحتها للمستفيدين ، لذا فيجب على امين المكتبة نشر المواضيع التي تشتمل على الصور لان الصورة تغنى عن الف كلمة فعلى سبيل المثال ، اذا كان لديك حدث او مناسبة فلا بد من التقاط الصور تلك المناسبة لنشرها على مواقع الشبكات الاجتماعية مع وصفها ليسهل عملية الوصول إليها حيث المؤلف في الجامعة يشتمل على الصور.

7- اشياء اخرى : كن مبدعاً في اضافتك للمنشورات ، لا تفرض على نفسك القيود في وضع المواد على القوائم البريدية ، يجب ان تعرف مجتمعك بشكل واسع ، اسأل نفسك بشكل دورى ما هى الاشياء الاكثر اثاره تستقطب عددا كبيرا من المستفيدين ومن ثم لا تردد في نشرها هذا وقد

اضاف اندى عدة من البنود التى يجب ان يضعها أمين المكتبة عن تعامله مع مواقع الشبكات الاجتماعية ومنها :

- 1- عند نشر محتوى داخل الحساب الخاص بالإعلام الاجتماعي مثل تويتر أو الفيس بوك، فمن المهم أن يكون اجتماعي وإنساني.
- 2- يجب ان يستجيب أمين المكتبة لولئك الاشخاص الذين يقومون بالتعليق على جدار الحساب الشخصى Wall او الرد عليك في تغريده على التويتر.
- 3- ان يتمتع روح الدعابة وأن يضيفي على المحتويات لمستته الشخصية.
- 4- المنشورات أو المحتوى يجب ان تكون على صلة تامه بالمكتبات وان يكون يخلو من الاخطاء الاملائية أو النحوية.

ثالثاً : كيف تسوق المكتبة تواجهها على الشبكات الاجتماعية :

وجود اهتمام للتواجد، ومحتوى مفيد للنشر يعتبر ذا اهمية ، ولكن ما هى الآليات اللازمة التى لديك لكى تدع المستفيدين يدركون بوجودك في الاعلام الاجتماعي ؟ وولاجابة عن ذلك الاستفسار اشار اندى andy أن مصادر المعلومات الجديدة او المبادرات التى ترمها المكتبة من الضروري ان تروج. وفي عالم التسويق الرقمى هناك استراتيجيات للتسويق فأما أن " تنشئ موقعك وسوف يأتون إليك " أو " سوق موقعك أولاً قبل أن تنشئه " فالاولى هى الاستراتيجية الاكثر استخداماً في عصر المعلومات. ، لذلك فإذا كان لديك محتوى شيق ومثير للاهتمام فمن الواجب أن تدرك ان هناك عدة خطوات وآليات لتسويق موقعك على الإنترنت ومنها:

- 1- الربط حيثما كان ممكناً : ويقصد بها امتلاك امين المكتبة وصلة على حسابه الشخصى تربطه بموقع المكتبه، وفي حالة امتلاك امين المكتبة

أكثر من شبكة فيجب عليه ان يضع رابط واحد أما باقى الروابط فمكانها الايميل الإلكتروني.

2- **التحدث إلى الاشخاص :** تعتبر المناقشات أو المحادثات أو المحاورات أكثر الاشكال قوة في التسويق، فضلا عن العلاقات العامة، وهذا ما يجعل الخدمة المرجعية أكثر الخدمات المرجعية كفاءة في عالم الشبكات الاجتماعية.

3- **دورات تعليمية :** ينبغي أن يكون للمكتبة دور فعال في إقامة الدورات التدريبية للحث على استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية بصفة مستمرة مع توضيح الخدمات والتطبيقات التي يمكن أن تقدمها تلك المواقع وكيفية تطويرها في المكتبة.

4- **الاعلانات المطبوعة :** هناك بعض المكتبات الجامعية التي قامت بتعليق اللوحات الارشادية لصفحتها الرسمية على مواقع الشبكات الاجتماعية داخل الحرم الجامعى كنوع من الدعاية والاعلان.

5- **الاعلانات عن الموقع :** تعتبر خدمة الدعاية والاعلانات المتضمنة بمواقع الشبكات الاجتماعية أكثر الخدمات رخصاً وانتشاراً وهناك مكتبات لجأت تسويق وجودها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية وتعتبر مكتبة جامعة ستانفورد من الامثلة البارزه في ذلك السياق.

6- **بناء رابطة للاصدقاء**

مصادر الفصل السادس

- 1- عبد الحكيم شباط.(2013). أنواع المعرفة البشرية. متاح على :
<http://www.nashiri.net/index.php/articles/intellect-andphilosophy/5468-2013-10-18-16-10-55>
- 2- جمال الدين إبراهيم محمود. (2014). برنامج تدريبي لمعلمي التاريخ بالمرحلة الثانوية لتنمية مهارات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التدريس وتنمية الفاعلية الذاتية لديهم .- مجلة كلية التربية بالسويس. ع2.
- 3- مشاركة نور الدين.(2015). دور التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة العلاقة مع الزبون : دراسة حالة متعاملى قطاع الهاتف النقال بالجزائر.
- 4- yalsa (2006). Teen and Social Networking in School and Public Libraries : A toolkit for Librarians and library workers Retrieved From: www.ala.org/yalsa.
- 5- هدى مصطفى عبد العالم محمد(2014). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي والسياسي للشباب الريفي : دراسة ميدانية على عينة من الطلاب الريفيين بجامعة سوهاج.- مج 5(9).
- 6- غادة محمد عبد الفتاح بسيوني. التواجد الاعلاني لشركات السياحة على شبكات التواصل الاجتماعي
- 7- مشاركة نور الدين.(2015). دور التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة العلاقة مع الزبون : دراسة حالة متعاملى قطاع الهاتف النقال بالجزائر.

8- نسرین حسونة.(2014). الإعلام الجديد : المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف. - شبكة

الالوكة. متاح على: <http://www.alukah.net/culture/0/67973>

- 9- Taylor & Francis (2014) . Use of Social Media by the library : Current Practices and future opportunities. A white paper from Taylor & Francis, p2. Available at :

<http://www.tandf.co.uk/journals/access/white-paper-social-media.pdf>

- 10- Canty, Nick (2012). Social Media in Libraries: It's like. Complicated. P4-5.

- 11- Miller, P.(2005) Web 2.0: Building the New Library. Ariadne Magazine, 4(45), Retrieved from :

<http://www.ariadne.ac.uk/issue45/miller/>. [Accessed on 21 July 2013]

- 12- Habib, M.C. Toward Academic Library 2.0: Development and Application of a Library 2.0 Methodology. North Carolina University,Chappe Hill, 2006.

<http://etd.ils.unc.edu/dspace/bitstream/1901/356/1/michaelhabib.pdf>.

[Accessed on 7 July 2013].

- 13- Frey, Thomas. The Future of Libraries : Beginning the great Transformation,

2005. Available at: [http://www.futuristspeaker.com/2006/11/the-future-of-](http://www.futuristspeaker.com/2006/11/the-future-of-libraries/)

[libraries/](http://www.futuristspeaker.com/2006/11/the-future-of-libraries/) (access 10 june 2013).

- 14- Jim Burton, (2008), "UK Public Libraries and Social Networking Services",

Library Hi Tech News, Vol. 25 Iss: 4 p5

- 15- Dadzie, Perpetua S. (2007) Information Literacy: assessing the readiness of

Ghanaian Universities, Information Development; vol 23, No. 4, pp 265-277..

- 16-Bell, S.J. (2007). Building better academic libraries with Web 2.0 technology tools. *Library Issues*, 28(2), p.3
- 17- Ayiah, Efua Mansa, Kumah, Cynthia Henewaa. Social Networking: a tool to use for effective service delivery to clients by African Libraries.2011.p2 available at:<http://conference.ifla.org/ifla77.com>
- 18- Heidi Steiner, (2009). "Reference utility of social networking sites: options and functionality", *Library Hi Tech News*, Vol. 26 Iss: 5 p. 4
- 19- Arrington, M. (2009), "Facebook now nearly twice the size of MySpace worldwide", *TechCrunch*, January 22, available at: www.techcrunch.com/2009/01/22/facebook-now-nearly-twice-the-size-of-myspace-worldwide/
- 20- Heidi Steiner.Ibid p4
- 21- Heidi Steiner.Ibid p4
- 22- Milstein, S. (2009), "Twitter for libraries (and librarians)", *Computers in Libraries*, Vol. 29 No. 5, available at: www.infoday.com/cilmag/may09/Milstein.shtml.
- 23- Kroski, E. (2007a), "Folksonomies and user-based tagging", in Courtney, N. (Ed.), *Library 2.0 and beyond: Innovative Technologies and Tomorrow's User*, Libraries Unlimited, Westport, CT, pp. 105.
- 24- Kroski, E. (2007b), "The social tools of Web 2.0: opportunities for academic libraries", *Choice*, Vol. 44 No. 12, pp. 21.
- 25-Andrea Dickson, Robert P. Holley, (2010),"Social networking in academic libraries: the possibilities and the concerns", *New Library World*, Vol. 111 Iss: 11 pp. 469
- 26- Mathews, B. (2007a), "Moving beyond the reference desk: being where users need us", *The Reference Librarian*, Vol. 48 No. 2, p10.

- 27- Farkas, M. (2007a), "Going where patrons are", *American Libraries*. Vol. 38 No. 4, p. 27.
- 28- iLibrarian (2007), "Top ten Facebook apps for librarians – part one", August 1, available at:
<http://oedb.org/blogs/ilibrarian>
- 30- Social Media, Libraries, and Web 2.0 : How American Libraries are Using New Tools for Public Relation and to Attract New Users-Fourth Annual survey November 2011 p 3 available at :
http://www.statelibrary.sc.gov/docs/pr/201202_com_social_media_survey_dec_2011.pdf
- 31- Samuel Kai-Wah Chu, Helen S Du. Social networking tools for academic libraries.- *Journal of Librarianship and Information Science*, 2012. P 3.
- 32- Ayiah, Efua Mansa, Kumah, Cynthia Henewaa. Social Networking: a tool to use for effective service delivery to clients by African Libraries
- 33- Nor Hazidah Awang and Mohd Ismail Abidin. "WEB 2.0 ON ACADEMIC LIBRARIES IN SOUTHEAST ASIA.. 2013 " *Proceedings of the IATUL Conferences*. P 4. Paper 45. available AT:
["http://docs.lib.purdue.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1960&context=iatul"](http://docs.lib.purdue.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1960&context=iatul).
- 34- Burkhardt, Andy. Social media : A guide for college and university libraries. ACRL TechConnect. *January 2010 p10-13*

قائمة المراجع العربية والأجنبية

أولاً : قائمة المراجع العربية :

- 1- أمانى جمالى مجاهد (2010). استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة
- دراسات المعلومات ،ع8(مايو 2010).
- 2- أمانى جمالى مجاهد(2010). الشبكات الاجتماعية العربية في بيئة الويب 2.0 . الملتقى العربى
الرابع لتكنولوجيا المكتبات والمعلومات : الجيل الثانى للويب وتأثيره على قطاع المكتبات
والمعلومات (ورقة عمل).
- 3- عبد الله حسين متولى(2009). الحياة الثانية على الإنترنت .- الاتجاهات الحديثة في المكتبات
والمعلومات ،ع31 ص55.
- 4- علياء سامى عبد الفتاح (2011). الإنترنت والشباب: دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي.- ط2.-
القاهرة : دار العلم العربى. ص30.
- 5- ماجدة مراد.(2012). تداول المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بعدم الوعي
السياسى لدى الشباب المصري الجامعى. المجلة المصرية لبحوث الاعلام. ع2، ص 73.
- 6- محمد ابراهيم حسن (2007). نحو تقييم موضوعى لمواقع المكتبات على الشبكة
العنكبوتية.- مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية. مج 13، ع 2، ص 215.
- 7- محمود عبد الستار خليفة (2009). الجيل الثانى من خدمات الإنترنت : مدخل إلى دراسة
الويب 2 والمكتبات .- Cybrarians journal. 2 ع 18 متاح على :

http://journal.cybrarians.info/index.php?option=com_content&view=article&id=3

82:-20-20-&catid=141:2009-05-20-09-52-31&Itemid=59

8- مها عبد المجيد (2008). المجتمعات الافتراضية على شبكة الإنترنت : آلية للتشبيك أم للتفتيت

الاجتماعي .- المجلة الاجتماعية القومية .- مج45، ع3 (سبتمبر 2008)، ص 98.

9- هبة محمد خليفة (2010) دور الشبكات الاجتماعية في التنمية المهنية لأخصائي المكتبات

والمعلومات : دراسة مسح ميدانية لموقع الفيس بوك كنموذج للشبكات الاجتماعية .-

الملتقى العربي الرابع لتكنولوجيا المكتبات والمعلومات ، (27-28 يوليو 2010)، ص39.

10- وليد رشاد زكي (2010). الشبكات الاجتماعية : محاولة للفهم .- مجلة السياسة الدولية. ع 1 ،

(ابريل 2010)، ص 55.

ثانياً : قائمة المراجع الاجنبية :

- 1- A Childnet International.(2010.) Young People and Social Networking Services : A Childnet International Research Report , PP 11 - 13. available at : <http://www.digizen.org/socialnetworking/evaluating.aspx>
- 2- A. Vakali & L.C. Jain (Eds.) (2011): New Directions in Web Data Management 1.- Heidelberg : Springer-Verlag Berlin,p -219.
- 3- Abran, A., Khelifi, A., Suryn, W. & Seffah, A.(2003) Usability Meanings and Interpretations in ISO Standards J Software Quality Control. p328.
- 4- Andrea Dickson, Robert P. Holley, (2010),"Social networking in academic libraries: the possibilities and the concerns", New Library World, Vol. 111 Iss: 11 pp. 469.
- 5- Albert-László Barabási. (2002) Linked : The New Science of Networks. Cambridge : Perseus Publishing.
- 6- Ali,Tariq Alam Muhammad.(2010) The Challenge of Usability Evaluation of Online Social Networks with a Focus on Facebook. Master thesis.- Sweden: School of Computing,.p4.
- 7- American Marketing Association (2008). MySpace, Your Space and Their Space : Connecting with your Customers in online Social Networks,. P7.
- 8- Ayiah, Efua Mansa, Kumah, Cynthia Henewaa. Social Networking: a tool to use for effective service delivery to clients by African Libraries,2011.p2 available at:<http://conference.ifla.org/ifla77.com>
- 9- Arrington, M. (2009). "Facebook now nearly twice the size of MySpace worldwide", TechCrunch, January 22. available at: www.techcrunch.com/2009/01/22/facebook-now-nearly-twice-the-size-of-myspace-worldwide/

- 10- Baker, C. (2009), "Facebook or Facadebook?", ACRLLog, 29 April, available at:
<http://acrlog.org/2009/04/29/facebook-or-facadebook>.
- 11- BARRIGAR, J. Social Network Site Privacy: A Comparative Analysis of Six Sites. Canada: The Office of the Privacy Commissioner of Canada, 2009. P8
- 12- Bell, S.J. (2007). Building better academic libraries with Web 2.0 technology tools. Library Issues, 28(2), p.3
- 13- B., Booth, A. & Weintrop, J.)2001(. Usability Testing of an Academic Library Web Site: A Case Study .p188-189.
- 14- 3- Barnhill (2004), Bill. The Social Web: Creating an Open Social Network with XDI. Vol7.p2
- 15- Barrigar, Jennifer) 2009(. Social Network Site Privacy : A comparative analysis of six sites .- Ontario: office of the Privacy Commissioner of Canada .pp 36-47.
- 16- Ben-Ari, Elia .- Twitter: What's All the Chirping About?.- Jstor.- Vol.59, No.7, .- California: Institute of Biological Sciences, 2009. P5 available at:
<http://www.jstor.org/stable/10.1525/bio.2009.59.7.19>
- 17- Boyd, d. m., & Ellison, N. B.(2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship .- Journal of Computer-Mediated Communication, .- available at: .
<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> , 10-1-2010
- 18- Boyd, danah. (2004) "Friendster and Publicly Articulated Social Networks." *Conference on Human Factors and Computing Systems (CHI 2004)*. Vienna: ACM, April. P3-4
- 19- Brace, I.(2008) *Questionnaire Design: How To Plan, Structure And Write Survey Material For Effective Market Research*. London. Kogan Page Ltd. P 53
- 20- Breakwell, G. M., Hammond, S. & A. SMITH, J. (2006) *Research methods in psychology*. London. SAGE publications Ltd. P.123

- 21- Brock, Vicky (2007). An introduction to Online Social Networks : What are they and Way do they Matter to Business ? .- Highland Business Research , p1.
- 22- Burkhardt, Andy. Social media : A guide for college and university libraries. ACRL TechConnect, *January 2010 p10-13*
- 23- Byrne , Dara N. (2008)"The Future of (the) "Race": Identity, Discourse, and the Rise of
- 24- Carol M Bast , Cynthia A. (2009) Brown Guilty by Association: "Small World" Implications for Business Strategies in Post 9/11 America. P3.
- 25- CASSIDY, J. Me media: How hanging out on the Internet became big business. The New Yorker, 2006 .82 (13), 50. Available at :
http://www.newyorker.com/archive/2006/05/15/060515fa_fact_cassidy
- 26- Chaa, Meeyoung , Ahnc ,Yong-Yeol . Delayed information cascades in Flickr: Measurement, analysis, and modeling.- Korea: a Graduate School of Culture Technology, 2011.p7 Available At :
<http://www.sciencedirect.com.dlib.eul.edu.eg/science/article/pii/S1389128611003951>
- 27- Charnigo L and Barnett-Ellis P (2007) Checking out Facebook.com: The impact of a digital trend on academic libraries. *Information Technology and Libraries* 26(1): 23–34.
- 28- Communities and Local Government)2008(. Online Social Networks : Research Report .-London : Crown, p.12 - 14
- 29- Computer-mediated Public Spheres.”.- Learning Race and Ethnicity.- Cambridg;MA:The MIT Pres,p16
- 30- Dadzie, Perpetua S. (2007) Information Literacy: assessing the readiness of Ghanaian Universities. *Information Development*; vol 23, No. 4, pp 265-277.

- 31- Dunbar, R. I. M. (1993). Coevolution of neocortical size, group size and language in humans. *Behavioral and Brain Sciences* 16 (4),pp8-9.
- 32- Elm, Malin Sveningsson (2009). "Teenagers Get Undressed on the Internet" Young People's Exposure of Bodies in a Swedish Internet Community.- *Nordicom Review* 30 .- p 88.
- 33- Farkas, M. (2007a), "Going where patrons are", *American Libraries*, Vol. 38 No. 4, p. 27.
- 34- Folmer, E. & Bosch, J.(2004) Architecting for usability: a survey. *Journal of Systems and Software*,p.70.
- 35- Frey, Thomas. The Future of Libraries : Beginning the great Transformation, 2005. Available at: <http://www.futuristspeaker.com/2006/11/the-future-of-libraries/> (access 10 june 2013).
- 36- Granovetter, Mark S.(1973) The Strength of Weak ties .- *American Journal of Sociology* , Vol78 ,Issue 6 pp 1373-1374
- 37- Habib, M.C. Toward Academic Library 2.0: Development and Application of a Library 2.0 Methodology. North Carolina University,Chappe Hill, 2006. <http://etd.ils.unc.edu/dspace/bitstream/1901/356/1/michaelhabib.pdf>. [Accessed on 7 July 2013].
- 38- Haifeng Yu, Phillip B. Gibbons, Michael Kaminsky, and Feng Xiao)2008(. SybilLimit:
- 39- a near-optimal social network defense against Sybil attacks. In Proceedings of the 2008 IEEE Symposium on Security and Privacy (SP'08), Oakland, CA, pp35
- 40- Hackott, Stephanie & parmanto, Bambang.)2005(A Longitudinal Evaluation of Accessibility: Higher Education Web Sites.- *Internet Research*.- Vol15, No3, PP. 81-82.
- 41- Heidi Steiner, (2009)."Reference utility of social networking sites: options and functionality", *Library Hi Tech News*. Vol. 26 Iss: 5 p. 4

- 42- Hunang, Yongjian (2009). Supporting Meaningful Social Networks scholarship. – Southampton: Yongjian Hunang.P20 . (PhD. Dissertation)
- 43- Hupp, Jessica(2008).25 Useful Social Networking Tools for librarians.Collegedegree.8(6), 67. Available At :
<http://www.collegedegree.com/library/financial-aid/25-useful-social-networking-tools-for-librarians/>
- 44- iLibrarian (2007). “Top ten Facebook apps for librarians – part one”, August 1, available at: <http://oedb.org/blogs/ilibrarian>
- 45- Jim Burton. (2008).“UK Public Libraries and Social Networking Services”. Library Hi Tech News. Vol. 25 Iss: 4 p5
- 46- jörneborn , Lennart (2004).- Small-World Link Structures across an Academic Web Space: A Library and Information Science Approach. PhD. Copenhagen: Department of Information Studies. Royal School of Library and Information Science.P33-34.
Available At :
<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2874/2570>
.
- 47- Kay, Russell(2007). QuickStudy: Online Social Networks .- Computerworld , Available at:
<http://www.computerworld.com/action/article.do?command=viewArticleBasic&articleId=302652>
- 48- Kazienko , Przemyslaw , Musial , katarzyna (2006) Recommendation framework for online social networks .- Berlin :Springer-Verlag, p111.
- 49- Kazienko, Przemyslaw and Katarzyn, Musial . Social Capital in Online Social Networks .- Available at :
<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.106.6090&rep=rep1&type=pdf> 1-4-2011
- 50- Kroski, E. (2007a). “Folksonomies and user-based tagging”, in Courtney, N. (Ed.). Library 2.0 and beyond: Innovative

- Technologies and Tomorrow's User. Libraries Unlimited, Westport, CT, pp . 105.
- 51- Kroski, E. (2007b), "The social tools of Web 2.0: opportunities for academic libraries", *Choice*, Vol. 44 No. 12, pp. 21.
- 52- Leonard, A(2004). You are who you know .- Salon.com Technology.- Available at: http://www.salon.com/tech/feature/2004/06/15/social_software_one
- 53- Mathews, B. (2007a), "Moving beyond the reference desk: being where users need us", *The Reference Librarian*, Vol. 48 No. 2, p10.
- 54- Mew, Lionel Q. L(2009). Online Social Networking: a task-person technology fit perspective/directed by William H. Money .- School of Business, George Washington University. 295 p. PhD. Dissertation.
- 55- Michelle McGiboney. "Twitter's Tweet Smell of Success." *Nielsen Wire*. 18 March2009. blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/twitters-tweet-smell-of-success/.
- 56- Mishra, C. S. . (2011)Social Networking Technologies (SITs) in Digital Environment: Its Possible Implications on Libraries .P8.
- 57- Miller, P. Web 2.0: Building the New Library. *Ariadane Magazine*. 2005, 4(45),34. <http://www.ariadne.ac.uk/issue45/miller/>. [Accessed on 21 July 2013]
- 58- Milstein, S. (2009), "Twitter for libraries (and librarians)", *Computers in Libraries*, Vol. 29 No. 5, available at: www.infotoday.com/cilmag/may09/Milstein.shtml.
- 59- Mislove, A., Marcon, M., Gummadi, K. P., Druschel, P., & Bhattacharjee, B.)2007(.Measurement and Analysis of Online Social Networks. *Proceedings of the 7th ACM SIGCOMM Conference of Internet Measurement*, pp. 29-42..

- 60- Nor Hazidah Awang and Mohd Ismail Abidin. "WEB 2.0 ON ACADEMIC LIBRARIES IN SOUTHEAST ASIA.. 2013 " *Proceedings of the IATUL Conferences*.
Availabl:"<http://docs.lib.purdue.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1960&context=iatul>
- 61- Newman, M.E J (2005). The Structure and Function of Complex networks .- [Santa Fe]: Santa Fe Institute. P2.
- 62- Pallis, George.(et al) (2011) Online Social Networks : Status and trends .- New Directions in Web Data Management .- Heidelberg : Springer-Verlag Berlin Heidelberg. P213.
- 63- Park, Minji, Kim,Jihye .How does Cyworld and Personal Networking Communities Effect People's Communication and Relationships? P1.
- 64- Pool, Ithiel de Sola , Kochen, Manfred (1978). Contacts and Influence.-Social Networks. Netherlands : Elsevier. P6.
- 65- Powell, Guy R.(2001). Roi of Social Media : How to Improve The Return one your Social Marketing Investment. Asia: John Wiley & sons ,2011.
- 66- Priem, Jason & Hemminger, Bradley M. Scientometrics 2.0 : toward new metrics of scholarly impact on the social web .- First Monday, Vol. 15, No.7, 2010.-
- 67- Redmond, Fiona. .Social Networking Sites : Evaluating and Investigating Their Use in Academic Research. Presented at ICERI 2010 (International Conference of Education, Research and Innovation) that was held in Madrid on the 15th, 16th and 17th of November, 2010. P 4
- 68- Samuel Kai-Wah Chu, Helen S Du. Social networking tools for academic libraries.- Journal of Librarianship and Information Science. 2012. P 1.
- 69- Schuyler, M. (2001) Cutting – edge Statistics.- **Computers in Libraries** .- Vol. 21, No.3. PP.51-53.
- 70- Skog, Daniel .(2004)" THEY REALLY WANT YOU TO WRITE DOWN WHO YOU ARE" The

- 71- Social Media, Libraries, and Web 2.0 : How American Libraries are Using New Tools for Public Relation and to Attract New Users-Fourth Annual survey November 2011 p 3 available at :
http://www.statelibrary.sc.gov/docs/pr/201202_com_social_media_survey_dec_2011.pdf
- 72- Disclosure of Private Information At Lunarstorm.- IADIS International Conference Web Based Communities ,pp1-2
- 73- Travers, Jeffrey, Milgram, Stanley.(1969) An Experimental Study of the Small World Problem.- Sociometry, Vol32 , No4. P428-429.
- 74- Vakali, A. & L.C.Jain (Eds.) (2001):New Directions in Web Data Management .- Heidelberg: Springer- Verlag Berlin. p 222
- 75- Watts, Duncan J.Watts(2003).- Six Degrees : The Science of a Connected Age.- Newyork: w.w. Norton & Company, p38.
- 76- Wellman, B. (2001). Computer Networks As Social Networks . *Science* , 293 (5537), 2031-2034.
- 77- Xu Cheng, Cameron Dale, Jiangchuan Liu. Statistics and Social Network of YouTube Videos.- Quality of Service, 2008. IWQoS 2008. 16th International Workshop.p229-230 available at :
<http://www.cs.sfu.ca/~jcliu/Papers/YouTube-IWQoS2008.pdf>
- 78- Zafarani , Reza. Cole ,William D. .- Sentiment Propagation in Social Networks: A Case Study in LiveJournal .- springerlink.- Vol6007/2010.p 415.

ملحق رقم(1)

قائمة مراجعة

خاصة بالمعايير الاساسية التى يجب توافرها عند تقييم مواقع الشبكات الاجتماعية

أولاً : ديموغرافية الشبكة : وتشمل

- 1- الإتاحة
- 2- الترتيب العالمى على المستوى العام
- 3- الترتيب على حسب الشبكات الاجتماعية
- 4- عدد الاعضاء
- 5- عدد الزوار
- 6- الحد الأدنى لعضوية الاشتراك
- 7- نسبة الاعضاء الذكور
- 8- نسبة الاعضاء الإناث
- 9- نسبة الاعضاء تحت الـ 18 سنة
- 10- التغطية العالمية
- 11- التغطية اللغوية
- 12- الفئة التى ينتمى إليها
- 13- نشر الإعلانات مجاناً

ثانياً : الملف الشخصى : ويشمل :

- 1- محرر الحساب الشخصى ذو خاصية (*WYSIWYG)
- 2- تعديل واجهة الحساب الشخصى
- 3- تخصيص الاكواد (HTML or CSS)
- 4- بناء سطر المسار الموحد URL الشخصى.

5- قائمة الأصدقاء

6- دعوة الأصدقاء

7- إتاحة الصور الشخصية

8- الحجم الأقصى لرفع الصور

9- بناء البومات الصور

10- تدوين التعليقات

11- بناء المدونات / الجرائد

12- إنشاء التطبيقات

ثالثاً : الجماعات Groups : وتشمل

1- إنشاء الجماعات

2- حريه عرضها وإخفاءها

3- السماح للأعضاء بنشر الأخبار

4- إرسال الرسائل للأعضاء دفعة واحدة

5- السماح بمشاركة ملفات الوسائط المتعددة

6- إعطاء الصلاحيات لمدير الجماعة

رابعاً : الصفحات Pages : وتشمل :

1- إنشاء الصفحات

2- التقسيم الفئوى للصفحات

3- السماح للأعضاء بنشر الأخبار

4- إرسال الرسائل للإعضاء دفعة واحدة

5- السماح بمشاركة ملفات الوسائط المتعددة

6- اعطاء الصلاحيات لمدير الصفحة

خامساً : وسائل الحماية Security : وتشمل

- 1- ضبط الإعدادات
- 2- حجب الاعضاء
- 3- الإبلاغ عن الاشخاص المزعجين
- 4- الإبلاغ عن إساءة الاستخدام

سادساً : الخصائص التشابكية وتشمل :

- 1- غرف الدردشة
- 2- الرسائل الفورية
- 3- التيجان tags
- 4- النشرات Bulletins
- 5- المنتديات Forums
- 6- البريد email
- 7- مشاركة ملفات النصوص / الاغاني / الصور / الافلام
- 8- استخدام الموبايل في الولوج إلى الشبكة
- 9- تحميل الاغاني
- 10- تحميل افلام الفيديو
- 11- تحميل الافلام الشخصية
- 12- الالعاب
- 13- الاعلانات الملبوه
- 14- الأحداث Events
- 15- تصفح الكتب

سابعاً : البحث Search ويشمل البحث :

- 1- باسم الشخص
- 2- بالبريد الإلكتروني
- 3- بالمدرسة
- 4- بالمدينة
- 5- بالاهتمامات المشتركة
- 6- الكلمات المفتاحية

ثامناً : مساعده الدعم الفني Technical Help/Support : وتشمل

- 1- eMail Support
- 2- FAQ
- 3- User Forums

تاسعاً : لغات التصميم المستخدمة :

- 1- PHP
- 2- JAVASCRIPT
- 3- C
- 4- ASP.NET
- 5- XHTML

عاشراً : قاعدة البيانات المستخدمة :

- 1- ORCAL
- 2- MYSQL
- 3- SQL

هذا الكتاب

لقد كان التزايد المستمر والمحلول لظاهرة جديدة تعرف بمواقع الشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت Online Social Networks Sites سبباً وراء ظهور الاهتمامات البحثية المرتبطة بكل من: الدراسات والبحوث التي تعنى بكيفية التواصل الاجتماعي بين الأفراد والهيئات والمنظمات في سياق البيئة الإلكترونية من جهة، والتعرف على الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية من جهة أخرى، فضلاً عن تحليل الروابط الفائقة بين تلك المواقع ببعضها البعض. ونظراً لتواجد مواقع الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية، ولقدرتها على النفاذ إلى الأفراد والجماعات بسرعة ويسر، ولإتاحتها مصادر المعلومات والمعرفة بأساليب مختلفة غير تقليدية، وقدرتها على تحقيق التفاعل والاندماج في إطار من الألفة والصداقة، فيأتي دور هذا الكتاب في محاولة متواضعة لرسم صورة واضحة للشبكات الاجتماعية على العنكبوتية من خلال : التعرف على أهداف مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، ومسارات تطورها، ومكوناتها الأساسية، وخدماتها، وتقنيات الاتصال بها وأثرها في تشكيل الوعي الثقافي والمعرفي وتوجيه أنماط التفكير، فضلاً عن التعرف على المعايير العالمية الخاصة بتقييم وتحليل مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وأبرز فئاتها.

ولقد تضمن هذا الكتاب في نهايته فصل كامل عن استثمار تقنيات الشبكات الاجتماعية في المعرفة البشرية إذ يتناول أنماط تأثير تلك الشبكات في قطاعات المعرفة المختلفة (التربية والتعليم - شركات السياحة - التسويق - الاعلام - المكتبات - تشكيل الوعي السياسي والاجتماعي).
والله ولي التوفيق»

الناشر

عبدالحى أحمد مؤاد

دار الفجر للنشر والتوزيع

4 شارع هاشم الأشقر - النهضة الجديدة - القاهرة
تليفون: 26246252 فاكس: 26246265
info@daralfajr.com www.daralfajr.com

